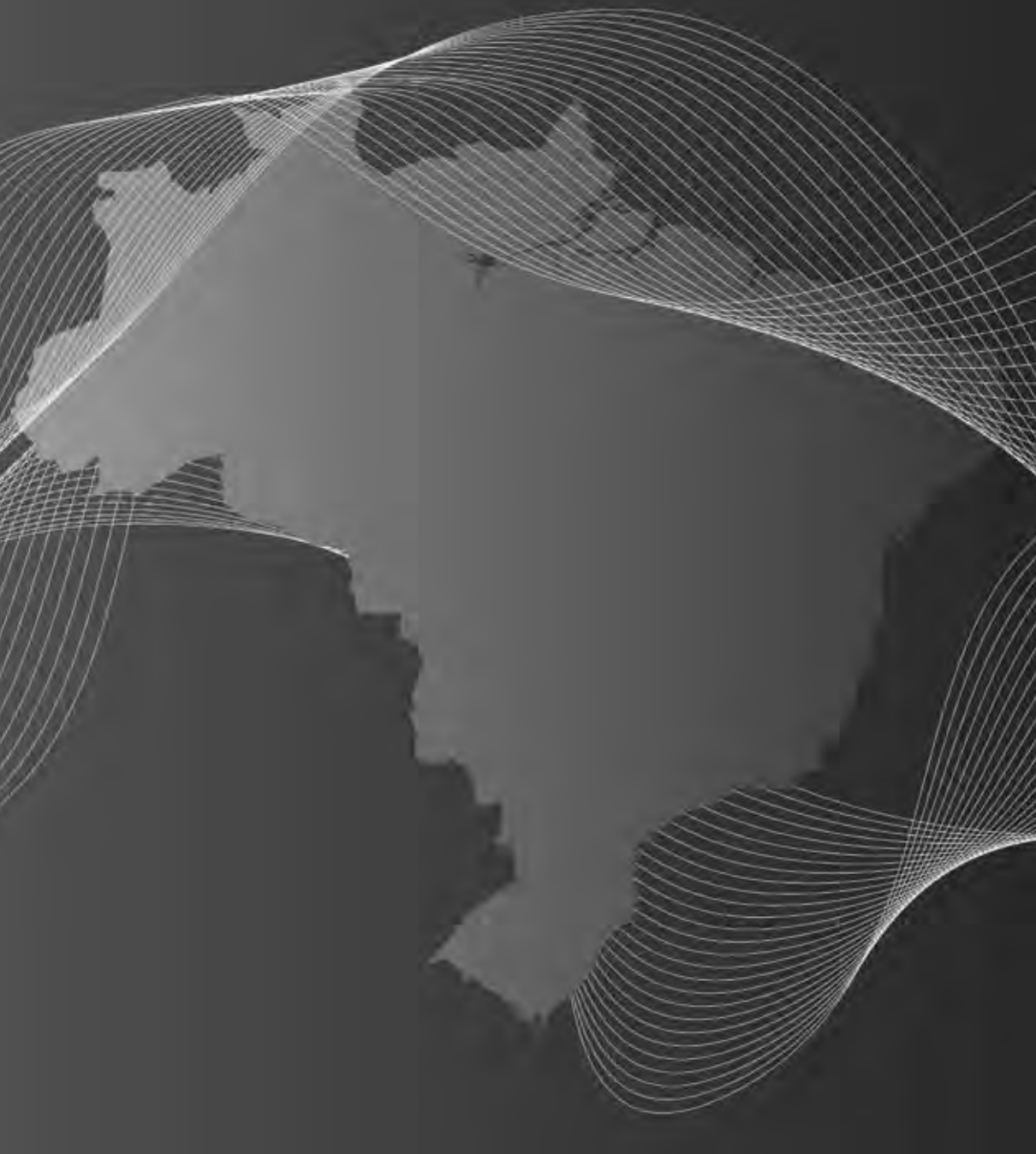
BRASIL DEMOCRÁTICO
Comunicação e Desenvolvimento

José Marques de Melo

ipea 47 anos
Por um Brasil desenvolvido

BRASIL DEMOCRÁTICO
Comunicação e Desenvolvimento

José Marques de Melo



Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República
Ministro Wellington Moreira Franco

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

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, Substituto
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

BRASIL DEMOCRÁTICO
Comunicação e Desenvolvimento

José Marques de Melo

ipea
Brasília, 2011

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – ipea 2011

Melo, José Marques de
Brasil democrático : comunicação e desenvolvimento / José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2011.
210 p.

Inclui bibliografia.
ISBN 978-85-7811-117-5

1. Comunicação para o Desenvolvimento. 2. Brasil. I. Título.

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

APRESENTAÇÃO **7**

PREFÁCIO **9**

INTRODUÇÃO
O PROGRESSO DENTRO DA ORDEM 11

CAPÍTULO 1
LUGAR E MOVIMENTO NA CONFIGURAÇÃO DO ESPAÇO BRASILEIRO 19

CAPÍTULO 2
TEMPO E PRÁXIS NO RESGATE DA MEMÓRIA NACIONAL 31

CAPÍTULO 3
OFENSIVA PARA RENOVAR OS ESTUDOS REGIONAIS
DE ECONOMIA POLÍTICA 53

CAPÍTULO 4
ASSIMILAÇÃO DO MARXISMO PARA ESTIMULAR
O PENSAMENTO CRÍTICO 65

CAPÍTULO 5
O INTERNACIONALISMO ACADÊMICO DE ARTHUR RAMOS 79

CAPÍTULO 6
O NACIONALISMO HISTORIOGRÁFICO DE NELSON WERNECK SODRÉ 91

CAPÍTULO 7
O DISFARCE DA GLOBALIZAÇÃO, SEGUNDO MANOEL
CORREIA DE ANDRADE 99

CAPÍTULO 8
A CRUZADA CONTRA A FOME LIDERADA POR JOSUÉ DE CASTRO 111

CAPÍTULO 9
A COMPREENSÃO UTÓPICA DA REALIDADE BRASILEIRA
POR ARMAND MATTELART 121

CAPÍTULO 10
O PENSAMENTO LATINO-AMERICANO NAS BRECHAS
DA GUERRA FRIA.....133

CAPÍTULO 11
OS DESAFIOS DA PARENTELA LUSÓFONA
NA GEOPOLÍTICA MULTIPOLAR.....153

CAPÍTULO 12
A COOPERAÇÃO ACADÊMICA BRASIL – FRANÇA
NA ÉPOCA DAS PARCERIAS 167

CAPÍTULO 13
O DILEMA DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS PARA INTEGRAR
MASSIVO E POPULAR.....183

CAPÍTULO 14
POLÍTICAS INCLUSIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO
DA MÍDIA DIGITAL 191

CAPÍTULO 15
INDICADORES MIDIÁTICOS EM MUDANÇA NA ALVORADA
DO SÉCULO XXI 201

PERFIL DO AUTOR 207

GLOSSÁRIO DE SIGLAS 209

APRESENTAÇÃO

O Ipea passou a se debruçar, já há algum tempo, mais visível e fortemente sobre a ideia de desenvolvimento nacional. Não tem sido tarefa trivial, uma vez que a literatura no Brasil e no mundo abandonou este tema.

Em tempos de globalização econômico-financeira, do ponto de vista analítico, o desenvolvimento deixou de ser questão relevante, pois a adesão de um país ou região – segundo os postulados de certa economia política ensinada nas boas universidades do mundo desenvolvido – às teias da globalização o conduziria necessariamente às benesses do crescimento.

O Ipea vem se distanciando desse certo pensamento único e, na direção contrária, tem procurado se reequipar teoricamente para a tarefa inconclusa do desenvolvimento nacional, considerando, é claro, as novas injunções históricas que se colocam ao país.

Com esse objetivo, a instituição passou a abraçar a causa da multidimensionalidade dos fenômenos definidores do desenvolvimento. Uma nação desenvolvida o é em função da variedade e da qualidade de oportunidades à disposição de seus concidadãos. Estão envolvidos nesta realidade a economia, a política, o social, o institucional, o ambiental e, por certo, aspecto da Comunicação que enreda a vida em sociedade.

Este presente livro do professor José Marques de Melo, referência na temática no Brasil, *Brasil democrático: comunicação e desenvolvimento*, insere-se neste esforço de compreensão ampliada dos elementos que concorrem e definem o desenvolvimento. É obra que muito nos ensina sobre a vida nacional, em particular do século XX, com releitura e nova abordagem para fatos históricos já consolidados. Ao fazê-lo, traz-nos mais elementos para a compreensão do papel especial da Comunicação nesta segunda década do século XXI.

É, sem qualquer embaraço, apropriado dizer que o Ipea acerta no apoio à publicação deste livro. Nesta fase da vida republicana brasileira de inclusão de milhões de brasileiros à condição de plena cidadania, o correto entendimento do potencial da *comunicação* na vida política contemporânea – na definição de agendas, na mediação de conflitos e na tomada de decisão sobre recursos públicos – é artefato definidor da democracia que se está construindo no país.

Marcio Pochmann
Presidente do Ipea

PREFÁCIO

Em tempos de acelerada compressão de nossa experiência cognitiva sobre tempo e espaço, que desnorteiam nossa compreensão acerca da relevância e da prioridade que encarnam os fenômenos sociais, nós do Ipea temos a satisfação de poder apresentar ao país esta poderosa reflexão do professor José Marques de Melo sobre o papel do universo da Comunicação na vida nacional.

Como grande estudioso do tema, ele nos presenteia com uma revisão histórica da tomada de consciência da Comunicação no Brasil e aponta caminhos de sua trajetória de consolidação como campo de pesquisa e trabalho em constante busca por visibilidade e autonomia.

Um diferencial notável deste livro, dado pela excepcional qualidade teórica e argumentativa do autor, está no fato de que a preocupação principal não se limitou a um mapeamento dos meios de comunicação – e, portanto, de sua história – no Brasil. É mais que isso. Na verdade, José Marques nos trouxe para um campo bastante inovador da reflexão sobre uma *economia política* das comunicações no Brasil, isto é, sobre a interação entre tais *media* e o poder político e econômico.

Ao lançar luz sobre uma economia política, ele renovou consideravelmente a leitura que se pode fazer sobre a vida contemporânea nacional. Entende-se mais amplamente, por meio deste recurso reflexivo e teórico, o papel do grande brasileiro que foi, entre outros, Josué de Castro, em sua campanha comunicativa de tornar o tema da fome – um tema marginal nos anos de 1930 a 1950 no Brasil – questão de grande relevância para as agendas nacional e internacional. A Comunicação passa a ser entendida como elemento de desenvolvimento da sociedade nacional.

Entende-se ademais como a memória dos meios de comunicação constitui-se em material especialíssimo para a escrita da história nacional: no passado, Gilberto Freyre em sua soberba trilogia da vida social brasileira (*Casa grande & senzala*, *Sobrados e mocambos* e *Ordem e progresso*) foi um pioneiro no uso de fonte de jornais e periódicos; no presente, as atuais fontes como a internet passam a representar instrumento para as novas gerações compreenderem seu próprio tempo.

Este livro, sem sombra de dúvida, passará a ser referência para as discussões sobre uma economia política das comunicações no Brasil. De um lado, perfaz um percurso de vários acontecimentos nacionais do século XX e deste

início de século XXI, dando-lhes sentido histórico relevante. De outro lado, refaz também um itinerário de construção da autonomia da própria disciplina Comunicação na academia brasileira.

Mais não se deve adiantar sobre este livro. Ele deve ser lido. O Ipea orgulha-se de trazer esta experiência inovadora para o conhecimento do Brasil.

Aristides Monteiro Neto
Assessor-chefe de Planejamento e Articulação Institucional de Projetos e Pesquisas do Ipea

O PROGRESSO DENTRO DA ORDEM

Ocupando lugar cativo na agenda dos estudos comunicacionais, a ideia da comunicação como alavanca civilizatória ou reguladora do progresso permeia a própria constituição do campo, na conjuntura desenvolvimentista. É quando a Organização das Nações Unidas (ONU), na esteira do pós-guerra, demonstra preocupação com os países subdesenvolvidos, cuja estagnação econômica representava um barril de pólvora.

A esperança de fomentar o crescimento econômico, retirando-os do atraso imposto pelo antigo sistema colonial, visava elevá-los à condição de nações desenvolvidas. Por meio da redução dos níveis de pobreza e criação de oportunidades de trabalho, pretendia-se aumentar o mercado interno. Ampliando o consumo nacional, cogitava-se reduzir o fosso entre as classes sociais, evitando a eclosão de rebeliões populares, ou seja, instaurando o progresso sem alterar as estruturas societárias.

Nos idos de 1960, o desenvolvimento induzido pela industrialização tardia funcionou como artifício para exorcizar o fantasma da Revolução Cubana que invadiu o imaginário dos países latino-americanos. O processo de substituição das importações, consequência imediata da economia de guerra, alavancou um surto de progresso que nos permitiu sair do sufoco, embora grandes contingentes da população nacional permanecessem na marginalidade. Tal situação foi agravada pelas migrações campo – cidade, enfraquecendo a agricultura e formando bolsões de desempregados nas periferias urbanas.

Esse fenômeno, originalmente batizado como "revolução das expectativas crescentes", logo depois passou a configurar uma espécie de "revolução das frustrações crescentes", na medida em que o desenvolvimento da sociedade excluía os menos instruídos e, portanto, despojados de requisitos para ingressar no mercado de trabalho.

Assim sendo, a mística do desenvolvimento começava a definhar, na medida em que as mudanças sociais não se generalizavam, beneficiando apenas as classes médias e os trabalhadores qualificados. Logo, a academia reformulou seu referencial teórico, substituindo o conceito de desenvolvimento pelo de modernização. Tratava-se de legitimar o desenvolvimento sem justiça social, estratificando o bem-estar de poucas camadas da sociedade, o progresso dentro da ordem.

Introduzido na agenda oficial brasileira pelo economista Roberto Campos, o binômio comunicação-desenvolvimento foi assimilado pelo Estado autoritário.

Persuadidos a investir na infraestrutura das comunicações, os comandantes militares modernizam e ampliam estradas, portos e aeroportos, além de implantarem as redes de telecomunicações, precursoras das infovias. Beneficiadas pela atualização tecnológica, as empresas midiáticas passaram a difundir mensagens modernizadoras, naturalmente filtradas pelos detentores do poder.

Fenômeno complexo, a comunicação só pode disseminar a mística do desenvolvimento em sistemas democráticos. Interdependentes, um fator não pode inibir o outro. Foi o que aconteceu em nosso país. Na ausência de democracia, o "milagre econômico", alardeado pela mídia sob mordaça, converteu-se em miragem.

Quando as turbulências do mercado financeiro internacional produziram "curto circuito" em toda a engrenagem da economia, o fantasma da inflação galopante voltou a povoar o imaginário brasileiro. A experiência traumática induziu ao ceticismo em relação ao tripé mídia, economia e política, instaurando uma espécie de imobilismo no cenário nacional, favorecendo a exacerbação dos movimentos de resistência ao governo, que os combateu com requintes de crueldade.

Apesar de sua inclusão episódica na agenda nacional, depois da transição democrática, a ideia de uma comunicação para o desenvolvimento permaneceu congelada. Ela volta a adquirir importância nessa conjuntura em que o Estado decide acelerar o desenvolvimento, mas não obtém a participação ativa da sociedade. Esse impasse é certamente motivado por um sistema de comunicação enfeitiçado pelas demandas da elite, insensível às aspirações dos contingentes que estão situados nos patamares subalternos.

Tenho acompanhado tal debate desde o momento em que a tese proposta pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) ganhou repercussão em nosso país. Como uma espécie de observador-participante, minha atenção foi despertada há exatamente meio século, quando, influenciado pelas ideias de Celso Furtado, ingressei nos quadros institucionais da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), órgão motivado pela mística desenvolvimentista do governo Juscelino Kubitschek. Ali, fui intelectualmente enriquecido pela leitura dos textos provenientes da Comissão Econômica para a América Latina (Cepal), começando a penetrar no emaranhado conceitual das teorias do desenvolvimento econômico. Confesso que me deixei seduzir muito mais pela exegese dos pensadores contemporâneos da economia política do que pelos postulados convencionais da política econômica.

Tive a sorte de contar com a orientação de dois professores jovens, recém-chegados da Europa: Germano Coelho, filiado ao humanismo cristão do padre Lebret, que inspirou o desenvolvimentismo solidário praticado em áreas empobrecidas do Ocidente Europeu, na esteira do Plano Marshall; e Vamireh Chacon, entusiasta das doutrinas que embasaram o desenvolvimentismo

alemão do pós-guerra, sem contudo esconder sua simpatia pelas ideias socialistas que transpareceram criticamente em sua obra inicial.

Mas não ignorei a literatura que fundamenta o monetarismo capitalista, guiado pelo didatismo contido nos manuais escritos por Arnóbio Graça. Também não deixei de tomar conhecimento das diretrizes peculiares à planificação econômica comunista, nesse caso penetrando no cipoal dogmático, marca registrada do *Manual de Economia Política* da Academia de Ciências da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).

Contudo, minha prova de fogo adveio na ocasião em que, como jornalista profissional, tive que escrever matérias sobre acontecimentos ancorados em razões econômicas: a Guerra da Lagosta, uma espécie de "batalha de itararé" globalizada, ameaçando as boas relações entre a França e o Brasil; a desativação de ramais ferroviários que operavam no vermelho, decretadas pelo governo Castelo Branco, antecipando a agenda neoliberal do governo Fernando Collor; os biscateiros da cidade do Recife, avós ou bisavós dos "bolsistas" que hoje formam a legião dos desempregados ou subempregados inscritos nos programas de redistribuição de renda instituídos pelo ciclo governamental FHC – Lula – Dilma.

Foi exatamente pela consciência das minhas lacunas cognitivas, que busquei reforçar o conhecimento e ampliar a compreensão sobre o papel desempenhado pela economia política nos processos comunicacionais. Tratei não apenas de suprir minhas próprias carências, mas de estimular os jovens pesquisadores a ampliar sua bagagem de saber.

E o fiz academicamente, escrevendo artigos e ensaios de modo a articular pensamento e ação. Minha primeira incursão foi publicada no terceiro capítulo do livro *Comunicação, opinião, desenvolvimento* (1971), onde expresso perplexidade frente aos índices mínimos fixados pela Unesco para considerar um país desenvolvido ou em fase de crescimento midiático.

Meu argumento era o de que o Brasil preenchia quase todos os requisitos necessários, mas não lograva avanços significativos. Persistia a exclusão de vastos contingentes da população dos benefícios do desenvolvimento. Estes alimentavam o êxodo rural, que só poderia ser estancado com a reforma agrária, que afinal nunca aconteceu, inchando as periferias metropolitanas com o afluxo de trabalhadores sem qualificação, condenados à marginalidade social.

Se, nessa exploração inicial, minha perspectiva de análise focalizava o mundo rural, o espaço urbano foi privilegiado no livro *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação* (1976). Ali, focalizei o pensamento de Marshall McLuhan e Daniel Lerner, discutindo criticamente sua aplicação à realidade brasileira, bem como resgatando ações públicas, como as que resultaram no planejamento urbano

para corresponder às aspirações de lazer dos paulistanos e as que conduziram ao descompasso da universidade no sentido de produzir conhecimento comunicacional sintonizado com as demandas da sociedade. Complementam essa coletânea dois estudos sobre o impacto do desenvolvimento tecnológico nos padrões de codificação da nossa imprensa.

Nesse ínterim, procurei entender como se construiu o imaginário das vanguardas hegemônicas na academia brasileira, importando as teses vigentes nos Estados Unidos sobre comunicação, desenvolvimento e modernização. Deparei-me não apenas com as teorias genuínas, ali concebidas e difundas, mas com o manancial empírico, fartamente ancorado na realidade brasileira, nutrindo a doutrina do extensionismo rural. Essa fortuna cognitiva está documentada no livro *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil* (1978).

Voltei a me debruçar sobre a questão, na década de 1980, integrando força-tarefa organizada pelo Sistema Econômico Latino-Americano (Sela) para avaliar a pertinência, na América Latina, daquelas teses lançadas pela Comissão MacBride, estrategicamente deixadas em quarentena pela Unesco, quando sofreu o ataque devastador da diplomacia norte-americana, que impediu a aplicação das Políticas Nacionais de Comunicação (PNCs) rotuladas como estatistas e intervencionistas. Beneficiei-me enormemente das ideias compartilhadas por meus colegas latino-americanos, especialmente Luis Ramiro Beltrán, Guido Grooscors, Rafael Roncacliolo e Patricia Anzola, entre outros. Tratei de compreender o comportamento brasileiro, naquela conjuntura, em certo sentido refluindo às tendências hegemônicas no continente, justamente porque nossa sociedade civil hesitava em fortalecer políticas de comunicação endossadas pelos tecnocratas que dominavam o aparelho burocrático do Estado durante o regime autoritário de 1964-1988. Minhas ponderações estão enfeixadas em dois ensaios concatenados: um destinado à comunidade acadêmica nacional, inserido na coletânea organizada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) (1989), e outro dirigido à comunidade internacional, como capítulo do livro organizado por Fred Casmir (1991).

Os ensaios anteriores, situados no universo do pensamento, reúnem questões de natureza teórico-histórica. Procurei também adentrar o território empírico, examinando ações comunicacionais que refletem o impacto do desenvolvimento nacional no sistema brasileiro de comunicação. Publiquei dois artigos emblemáticos dessa vertente analítica: um mais amplo, inventariando o desenvolvimento das indústrias culturais no país (1994), outro mais específico, tratando das estratégias de exportação das telenovelas (1995).

Todas essas questões, contemporâneas da conjuntura bipolar da Guerra Fria, e as que surgiram posteriormente, na transição para o mundo globalizado, que

pretende adotar perfil multipolar, foram revisadas holisticamente, constituindo o cerne da antologia *Entre el saber y el poder: pensamiento comunicacional latinoamericano*, publicado inicialmente no México (2007), por iniciativa da Unesco, e relançada na Espanha (2008) pela Editorial Comunicación Social (Sevilha), com o apoio do Ministério da Cultura espanhol.

A extensa digressão biobibliográfica contribui para esclarecer a motivação do autor, ao retomar, neste livro, o binômio *comunicação-desenvolvimento*, emoldurado pelo lema *ordem e progresso*, explícito em nosso ideário republicano e estampado na bandeira nacional. Esse fenômeno foi caracterizado por Celso Furtado como "mito do desenvolvimento".

Trata-se de impasse assim resumido pelo jovem economista Marcio Jorge Porongaba Costa (2009, p. 15):

> A promessa de que o desenvolvimento erradicaria do mundo a pobreza permanece irrealizada em muitas partes do globo, sobretudo nos países menos desenvolvidos, mesmo depois de duzentos anos de industrialização do mundo ocidental e mais de 50 anos do desenvolvimentismo no terceiro mundo. O progresso foi alcançado, sem dúvida, mas a preço elevado (...) sem falar no número cada vez maior de excluídos social e economicamente.

No panorama brasileiro, ninguém melhor que Gilberto Freyre traduziu esse dilema. Sua trilogia sociológica reproduz o sentido aristocrático da filosofia "vão-se os anéis, mas ficam os dedos". Assim sendo, o sistema escravista peculiar ao binômio "casa grande e senzala" tornou-se menos cruel no regime servil dos *sobrados e mocambos*, permanecendo quase imutável na alternância republicana da *ordem e progresso*.

O pano de fundo da questão reside, hoje, na contingência de avaliar criticamente a diretriz governamental em processo, ou seja, a aceleração do crescimento econômico.

Advogando a tese segundo a qual promover o desenvolvimento do país significa a "melhoria das condições de vida da população", a presidenta Dilma Rousseff argumenta que a palavra desenvolvimento "havia sido praticamente banida", reaparecendo em seu programa de governo, entendida como "desenvolvimento com distribuição de renda, tanto das famílias como da renda regional". Para atingir essa meta, ela advoga uma "comunicação muito mais democrática" (ROUSSEFF, 2010).

Nesse sentido, sua proposta mostra-se convergente com o ponto de vista do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, para quem o desenvolvimento não é apenas um "valor", mas um "método", exercitado por meio da democracia. Daí a peroração: a democracia "é parte inseparável do desenvolvimento" (CARDOSO, 2011).

Brasil democrático: comunicação e desenvolvimento é, portanto, uma contribuição para o debate nacional em torno das questões que estão na ordem do dia, agendadas pela sociedade, repercutindo intensamente na mídia. Sem ambicionar coerência textual, este livro agrupa três conjuntos de estudos elaborados no último quinquênio, enfeixando as ideias que o autor vem expressando na ágora acadêmica.

A primeira parte é constituída por ensaios que revisam diacronicamente o arcabouço teórico do pensamento comunicacional brasileiro. Integram a segunda parte, perfis biográficos ou exegeses autorais, sincronicamente localizados no tempo e no espaço. Finalmente, o terceiro bloco congrega as questões conjunturais relevantes para a compreensão da práxis comunicacional vigente no país neste novo século.

Trata-se de repertório cognitivo que demonstra o engajamento intelectual do autor na dinâmica da comunidade acadêmica da comunicação, sempre antenado nas pautas que prevalecem na sociedade civil, também sintonizado com as demandas dos movimentos populares e o tratamento que merecem dos agentes do poder – econômico, institucional e midiático. Em verdade, é uma obra que dá sequência às questões analisadas em livros anteriores, sem pretender pontificar ou profetizar, com o intuito exclusivo de fomentar o debate pluralista, ensejando a reflexão crítica.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Roberto. Governo de entresafra. **O Estado de S.Paulo**, p. 2, 6 jul. 1968.

CARDOSO, Fernando Henrique. Novos desafios. **O Estado de S.Paulo**, p. 2, 5 jun. 2011.

CASMIR, Fred (Org.). **Communication in Development**. Norwood, New Jersey: Ablex, 1991.

COSTA, Mário Jorge P. **Desenvolvimento econômico**. Maceió: Edufal, 2009.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, opinião, desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 1971.

_____. **Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1976.

_____. **Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1978.

_____. The Cultural Industries in Brazil. **The Journal of International Communication**, Sydney, Austrália, 1-2, p. 5-17, 1994.

_____. Development of the Audiovisual Industry in Brazil from importer to exporter of television programming. **Canadian Journal of Communication**, Calgary, Canada, v. 20, p. 317-328, 1995.

ROUSSEFF, Dilma. Um país para 190 milhões de brasileiros. *In*: SADER, Emir; GARCIA, Marco Aurelio (Ed.). **Brasil, passado e futuro**. São Paulo: Boitempo, 2010. p. 177-197.

SIMONSEN, Eugene; GUDIN, Eugênio. **A controvérsia do planejamento na economia brasileira**. 3. ed. Brasília: Ipea, 2010.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM) (Org.). **Comunicação na América Latina**: desenvolvimento e crise. Campinas, Papirus, 1989.

TEIXEIRA, Aloisio; MARINGONI, Aloisio; GENTIL, Denise Lobato. **Desenvolvimento**: o debate pioneiro de 1944-1945. Brasília: Ipea, 2010.

CAPÍTULO 1

LUGAR E MOVIMENTO NA CONFIGURAÇÃO DO ESPAÇO BRASILEIRO

1 GEOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO

1.1 Cenário global

Harold Innis (1894-1952), economista e geógrafo reconhecido como fundador da Escola de Toronto, motivou a inclusão da geografia no conjunto dos saberes fundamentais para a cognição dos mecanismos de interação simbólica que acionam o cotidiano.

Até então, os processos de comunicação eram analisados como atos comportamentais, descritos segundo parâmetros psicológicos, sociológicos e antropológicos. Sendo manifestações típicas da *superestrutura*, obedeciam a regras políticas, jurídicas e deontológicas.

Innis inverteu a equação, compreendendo-os como fenômenos situados na *infraestrutura* das formações sociais. Argumentou que se trata de agentes do *movimento*, intervenientes na produção, na circulação e no consumo de bens e mercadorias. Justamente porque aceleram o *tempo* e encurtam o *espaço* deixam de ser variáveis dependentes para assumir o papel de fatores determinantes.

Nesse sentido, "a comunicação leva com o tempo à monopolização por um grupo ou classe dos meios de produção e distribuição do conhecimento", produzindo "um desequilíbrio que ou impede mudanças ou leva à emergência competitiva de outras formas de comunicação que tendem a restaurar o equilíbrio" (McQUAIL, 2003, p. 89).

O conceito de comunicação aqui empregado tem natureza abrangente, tal como foi aplicado por Erik Barnow e seus colaboradores na configuração da *International Encyclopedia of Communications* (1989). "Nós incluímos em comunicações todos os meios através dos quais a informação, as idéias e as atitudes chegam aos indivíduos, grupos, nações e gerações." Georges Gerbner, um dos principais consultores do projeto, explica que as palavras-chave abrigaram três dimensões do processo comunicacional: sistemas e organizações; modalidades, meios e códigos; e simbolismo e efeitos (GERBNER, 1989, p. XXI).

O pioneiro canadense oxigenou e ampliou os estudos sobre o desenvolvimento dos atos comunicacionais, dialogando com a História, Geografia e Economia (INNIS, 1950).

Por isso mesmo, seu mérito continua a ser reconhecido pelas novas gerações, como fica evidente no artigo assinado por Gary D. Rawnsley, diretor do Instituto de Estudos

de Comunicação na Universidade de Leeds (Inglaterra), resenhando a quarta edição de sua obra clássica, lançada pela editora Rowman & Littlefield (Maryland, 2007).

> Mais de 50 anos de reflexão permitem afirmar consensualmente que Harold Innis desempenhou papel crucial no desenvolvimento dos estudos comunicacionais (...) O principal legado de "Empire and Communication" está em sua compreensão orgânica. (...) Innis explora as interações do poder institucionalizado, analisando detalhadamente como os meios de comunicação influíram na ascensão e queda não apenas de impérios, mas até mesmo de civilizações. (...) O leitor fecha o livro supondo o que ele pensaria a respeito da descolonização que encerrou a idade de ouro dos impérios europeus (...) [ou como] discutiria a moderna idade mídia, com a internet (...) tornando obsoletas as noções de tempo e espaço. (RAWNSLEY, 2009).

Valendo-se exatamente desse referencial teórico, o discípulo Marshall McLuhan intuiu a metáfora da *aldeia global* (McLUHAN; POWERS, 1989), inspirando os exegetas da *globalização* a travar instigante discussão em todo o planeta.

A esse debate compareceram eminentes geógrafos, questionando se a natureza dos processos vigentes favorecia a uniformização ou a fragmentação dos espaços geopolíticos. Seus pontos de vista foram reunidos pelos *scholars* britânicos Anderson, Brook e Cochrane, em espécie de mosaico geográfico sobre o mundo globalizado (1995). Embora não se opondo frontalmente ao ideário do *pensamento único*, os geógrafos ingleses lançam questões fundamentais para revisar os postulados do neoliberalismo. Contrapondo-se aos seguidores de Fukuyama, eles rechaçam ironicamente o *fim da geografia*. Convocam seus pares para o exercício da *imaginação geográfica* no sentido de resistir à homogeneização cultural, fortalecendo as alternativas simultaneamente locais e globais, para ensejar *relações globais* alicerçadas na *diversidade e na diferença*.

Essa e outras manifestações da comunidade acadêmica certamente influíram no ânimo dos estadistas que atenderam ao alerta do ícone alemão Willy Brandt para formar a emblemática Comissão de Governança Global, responsável pelo lançamento do livro-manifesto *Our Global Neighborhood* (1995). Trata-se do ideário de uma "outra globalização", não cimentada pelos escombros do *Estado-nação*, mas nutrida pela ação solidária da *sociedade civil*. Contando com a participação de cinco estadistas latino-americanos – o brasileiro Fernando Henrique Cardoso, o chileno Patricio Alwin, o mexicano Manuel Camacho Solis, o venezuelano Reinaldo Figueiredo e o uruguaio Enrique Iglesias –, esse grupo fez uma conclamação à paz e ao desarmamento. Para dar fim ao mundo estigmatizado pelos troféus de "vencedores e derrotados" e acenando com a bandeira do "desenvolvimento sustentável", hasteada no território firme da "boa vizinhança" e bafejado pelos ventos da "diversidade" (CARLSON; RAMPHAL, 1995).

Tendo a cidade de San José, Costa Rica, sediado uma das reuniões desse fórum, é possível que ele seja interpretado como uma espécie de *nouvelle vague* da histórica Comissão MacBride, que ali se reuniu previamente, figurando com destaque na agenda internacional, durante os estertores da *Guerra Fria*.

Refiro-me naturalmente ao programa Um Só Mundo e Múltiplas Vozes, alardeado pelos arautos da nova ordem mundial da comunicação e da informação (NOMIC). Sob a liderança de Sean MacBride, eles fomentaram a esperança de reduzir as desigualdades econômicas entre os países, criando mecanismos informativos capazes de instaurar fluxos bilaterais norte – sul, mas fatalmente seriam atropelados pelos acontecimentos posteriores à *queda do muro de Berlim*.

Esse episódio histórico teve seus antecedentes geopolíticos e os respectivos desdobramentos geoculturais criticamente inventariados nos estudos de Pasquali (1991), Mattelart (1994), Downing (1996), Castels (2003) e Nosty (2005). Naquela proposta da NOMIC estão embutidos os sinais de uma alentada *Geografia mundial da comunicação*, que a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) divulgou sob a forma de livro, traduzido para diversos idiomas (McBRIDE, 1983).

Aliás, ao apresentar as ideias fundamentais de Marshall McLunhan à comunidade acadêmica brasileira, Anisio Teixeira o identifica "como um dos mais autorizados videntes da nova era". Naturalmente, a complexidade dessa "nova era tribal da aldeia mundial" não escapou à compreensão crítica do educador baiano. Estava implícito o reconhecimento do *estado de alerta* evidente no comportamento das vanguardas contemporâneas, "em contraste com os nossos antepassados espontaneístas e semiconscientes" (TEIXEIRA, 1972).

1.2 Panorama nacional

Isso explica a defasagem que marcou o agendamento da questão no âmbito nacional. Ela só foi reconhecida institucionalmente em 1991, durante o congresso O Novo Mapa do Mundo, promovido pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo (USP), sob a liderança dos geógrafos Milton Santos e Maria Adélia de Souza.

Ocupando, naquela conjuntura, a direção da principal unidade universitária de comunicação do país (Escola de Comunicações e Artes – ECA/USP), sede da Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação (ALAIC), fui por eles convidado a participar dos debates. Apresentei um estudo sobre a presença do Brasil no mapa audiovisual latino-americano (SCARLATO; SANTOS; SOUZA, 1993).

Contudo, existem vestígios de incursões bem anteriores nesse território-fronteira, configurando uma espécie de geografia precoce da comunicação brasileira. Seus agentes são os intelectuais Caio Prado Jr., Sergio Buarque de Holanda

e Fernando de Azevedo que pertenceram ao quadro de pioneiros da Universidade de São Paulo (MARQUES MELO, 2007).

Caio Prado Jr., também fundador da Associação dos Geógrafos do Brasil, publicou artigos em jornais e revistas da época sobre o *fator geográfico* na formação de São Paulo (BACELAR; IUMATI, 2007). Mais tarde, suas anotações serviriam de base para a elaboração do livro de divulgação da geografia e história da cidade de São Paulo, lançado em 1983. Nele, o autor destaca a *situação geográfica privilegiada* que a cidade de São Paulo ocupou no processo de colonização "por ser o centro do sistema hidrográfico da região", tornando-se "o centro do sistema de comunicação do planalto".

O outrora geógrafo paulista deduziu que "o contato entre as diferentes regiões povoadas e colonizadas se faz necessariamente pela capital", onde desemboca a "antiga trilha dos índios, transformada em principal artéria da capitania". Essa e outras trilhas foram responsáveis pela *projeção exterior* de São Paulo, determinando sua influência na *vida econômica* e na *paisagem* da região em que está localizada, o que "abrange não somente o Estado de que é capital, mas invade Estados vizinhos" (PRADO JR., 1983, p. 27-28/80-81).

Referindo-se às "veredas" utilizadas pelos "paulistas", para transpor "as matas espessas ou as montanhas aprumadas", dilatando as "fronteiras" do império luso-brasileiro, Sérgio Buarque de Holanda diz que elas constituíram uma espécie de "cartografia indígena" dotada de grande "poder de abstração, que não se concilia facilmente com certas generalizações (...) acerca da mentalidade primitiva". Se "entre os povos que ignoravam a palavra escrita, esses meios de comunicação" representavam "um admirável instrumento para triunfar sobre as condições mais poderosas e hostis", é natural que os bandeirantes recorressem frequentemente à "comunicação indireta a fim de transmitir advertências e notícias, sempre que uma necessidade urgente se apresenta". Entre as evidências anotadas pelos historiadores encontra-se o "processo de sinalização por meio de fogueiras e rolos de fumaça, usado até hoje pelas nossas populações rurais" (HOLANDA, 1957, p. 22-23).

Recai sobre Fernando de Azevedo o mérito de haver explorado mais detidamente as variáveis comunicacionais na idade moderna, estabelecendo nexos entre as *vias de comunicação* e a *civilização de movimento*. O capítulo introdutório do seu livro sobre a estratégica linha ferroviária Noroeste contém verdadeira plataforma para uma ousada geografia da comunicação, correlacionando os meios de transportes de mercadorias e os canais de difusão das ideias na sociedade brasileira.

> Não são, pois, somente as mercadorias, os artigos de comércio, os produtos, mas a língua, a cultura, as idéias 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 freqüência ou constantemente, em circulação. (AZEVEDO, 1950, p. 15).

As contribuições de Prado Jr., Buarque de Holanda e Azevedo constituem evidências do papel que a universidade pública representaria para o avanço do conhecimento científico em todas as áreas do saber. Nessa mesma conjuntura, circulou uma obra que contém referências preciosas a respeito dos estudos geográficos focalizando os fenômenos comunicacionais. Trata-se da bibliografia comentada *O que se deve ler para conhecer o Brasil* (1945), elaborada por Nelson Werneck Sodré, oferecendo pistas fundamentais. No capítulo sobre *expansão geográfica*, o autor justifica a predominância dos *caminhos marítimos* nos primeiros séculos da nossa colonização, bem como a emergência dos *caminhos terrestres*, em função das demandas econômicas. Recomenda como fontes essenciais para entender a geografia dos transportes, nesse período, os livros de Capistrano de Abreu (1930) e de Sérgio Buarque de Holanda – *Monções* (1941).

Por sua vez, em edição posterior, no capítulo sobre *Estudos geográficos*, ele seleciona as principais instituições geradoras de conhecimento nessa área, entre elas o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), destacando o livro de Moacir Silva – *Geografia dos transportes do Brasil* (1949) –, em que o leitor pode encontrar dados sobre o *desenvolvimento histórico* dos nossos transportes, incluindo "apreciação sobre os planos nacionais de viação" (SODRÉ, 1974, p. 257).

Não obstante o IBGE venha fazendo a coleta regular de dados sobre a geografia das comunicações em todo o país, nem sempre eles despertam interesse nos pesquisadores acadêmicos. Uma das poucas e excelentes exceções advém de uma parceria franco-brasileira, reunindo o geógrafo francês Hervé Théry e a ambientalista brasileira Neli Aparecida de Mello, autores do denso e bem ilustrado *Atlas do Brasil*: *disparidades e dinâmicas do território* (2005). Eles analisam os fenômenos do movimento (bens, mercadorias, pessoas, cultura e informação) nos capítulos sobre as dinâmicas populacionais (migrações) e urbanas (atrações culturais) e sobre as redes de transportes, energia e informação.

Essa questão das migrações figura na literatura comunicacional desde que publiquei meu livro *Estudos de jornalismo comparado* (1972), tanto no que se refere à atuação persuasiva dos migrantes quanto no que diz respeito à influência migratória exercida pelos meios de comunicação.

Destaco, ali, as contribuições do sociólogo Gilberto Freyre e do geógrafo Jean Roche. O primeiro desenvolveu uma série de estudos sobre a geografia da comunicação do Brasil, focalizando a difusão cultural de novas ideias transportadas na bagagem dos colonizadores, cooperantes ou dos imigrantes portugueses (1940a, 1958), franceses (1940b), ingleses (1942, 1948), alemães (1971) e

hispanos (1975). O segundo ampliou o conhecimento sobre a geografia teuto-brasileira, aprofundando o estudo da colonização gaúcha (1969).

Mas a principal incursão nesse território foi inspirada pelo professor Luiz Beltrão, durante o período em que dirigiu a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Ele promoveu um curso internacional de metodologia da pesquisa em comunicação, convidando para ministrá-lo o professor Ramiro Samaniego, diretor do departamento de pesquisa do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina (Ciespal). Como atividade integrada ao referido curso, o professor Samaniego realizou uma pesquisa de campo, contando com a ajuda, entre outros, de dois jovens assistentes de Luiz Beltrão, na UnB, o sociólogo José Seixas Patriani e a jornalista Eleonora Rennó. O objeto da pesquisa foi o papel desempenhado pela mídia nos processos de decisão dos migrantes que acorreram a Brasília na etapa inicial da sua construção. Na verdade, o projeto deu continuidade a um estudo patrocinado, em 1966, pelo Land Tenure Center da Universidade de Wisconsin, sob a direção dos sociólogos Eugene Wilkening e José Pastore, contendo indícios de que os processos de comunicação influíam na decisão migratória dos "candangos" rumo à capital federal. Os resultados da pesquisa de Samaniego e seus alunos confirmaram os dados do estudo anterior, denotando uma faceta singular: ainda que os migrantes brasilienses tenham se informado via mídia sobre as oportunidades de trabalho em Brasília, o ato de migrar foi motivado por comunicações interpessoais – cartas, conversas, conselhos. Assim sendo, a mídia desperta a atenção dos migrantes potenciais, mas a decisão de mudar de residência foi determinada pelo aval recebido de familiares ou amigos já fixados no Planalto Central (SAMANIEGO, 1967, p. 49-50).

Decorreram duas décadas até que o binômio espaço-comunicação suscitasse o interesse da comunidade acadêmica das ciências da comunicação. A iniciativa coube à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), que, desde sua fundação, em 1977, vem chamando atenção dos seus associados para essa temática, especialmente nos congressos sobre classes subalternas (MARQUES DE MELO, 1979), contrainformação (LINS DA SILVA, 1981), novas tecnologias (FADUL, 1983), comunicação rural (KUNSCH; MAJELA, 1989), globalização e regionalização (BOLAÑO, 1995). Contudo, a dimensão político-econômica assumiu maior evidência nos debates travados pela Intercom sobre o espaço social, ficando esmaecidas as nuances geográficas (BARBOSA, 2007).

Elas vão encontrar ambiente fértil, a partir de 1996, na Cátedra Unesco de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, onde a centralidade da questão regional suscita o interesse pelas variáveis geográficas. Ela está explícita no seminário fundador da Cátedra, cuja memória foi resgatada por intermédio da coletânea *Identidades culturais latino-americanas em tempo de comunicação global* (MARQUES DE MELO, 1996). O ambiente fértil encontrado no âmbito da

comunidade acadêmica de comunicação reflete-se na temática das monografias produzidas pelos participantes do evento internacional que se consolidaria posteriormente, simbolizado pela sigla Regiocom (Colóquios Internacionais de Comunicação para o Desenvolvimento). Sua primeira edição está documentada no *Anuário Unesco/UMESP de Comunicação Regional* (1997), focalizando a região enquanto polo comunicacional no interior dos espaços nacionais.

O interesse criado pela questão determinou a realização de um simpósio internacional, que foi acolhido pela International Association for Media and Communication Research (IAMCR), privilegiando o desempenho da comunicação regional no espaço global, a partir de uma variável estratégica: *diversidade cultural*. A convocatória lançada à nossa comunidade mobilizou pesquisadores situados em diferentes lugares do planeta, produzindo uma convergência em torno dos regionalismos evidentes nas identidades geolinguísticas (América Latina) ou das interculturalidades que se fazem notar, apesar da descontinuidade geofísica, nas respectivas agendas midiáticas (Comunidade Europeia). Tais contribuições foram reunidas no *Anuário Unesco/UMESP de Comunicação Regional* (1998).

Duas contribuições singulares floresceram no próprio grupo de São Bernardo.

Anamaria Fadul explorou empiricamente as "convergências" midiáticas dos sistemas radiofônicos na era digital, lamentando, contudo, a escassez dos dados disponíveis sobre as regiões midiáticas.

> Um dos aspectos mais importantes dessa análise comparada das regiões é a constatação da profunda desigualdade ainda existente, apesar dos últimos dados que apontam para um maior relacionamento regional. O conhecimento das assimetrias entre as regiões pode contribuir para uma melhor compreensão do seu sistema de rádio. (FADUL, 2007, p. 29).

José Marques de Melo avançou metodologicamente na produção de um "conceito" midiático de região, demonstrado pelos casos escolhidos na recente bibliografia brasileira de comunicação. O conceito aí embutido tem

> (...) natureza implicitamente midiática, conotando a idéia de *regiões supra-nacionais* como parâmetro a ser considerado no estudo da geografia das comunicações. Esse critério conduziu a um mapa do sistema midiático mundial contendo 6 *arquipélagos regionais* caracterizados pelo subdesenvolvimento: África, América Latina, Ásia, Europa Mediterrânea, Oceania e Oriente Médio. Ele se completa com a participação das 4 *ilhas* suficientemente dotadas de infra-estrutura midiática: América do Norte (EUA e Canadá), Europa Central/Ocidental, Japão e Oceania Britânica (Austrália/Nova Zelândia). (MARQUES DE MELO, 2006, p. 14).

Mas só em 2008 ocorre a institucionalização da interdisciplina, com a criação do Grupo de Pesquisa dedicado à Geografia da Comunicação. A Intercom atestou formalmente a importância adquirida pela geografia no âmbito brasileiro das ciências da comunicação. Sob a liderança de Sonia Virginia Moreira, o novo

espaço dá continuidade às ações históricas da nossa comunidade acadêmica, fomentando o diálogo entre geógrafos e comunicólogos (MOREIRA, 2007).

REFERÊNCIAS

ABREU, J. Capistrano de. **Caminhos antigos e povoamento do Brasil**. Rio de Janeiro: Sociedade Capistrano de Abreu, 1930.

ANDERSON, James; BROOK, Chris; COCHRANE, Alan. **Um mundo e muitas vozes**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1983.

_____. **A Global World?** New York: Oxford University Press, 1995.

ANDRADE, Manuel Correia. **A terra e o homem no Nordeste**. São Paulo: Brasiliense, 1963.

_____. **Poder político e produção do espaço**. Recife: Massangana, 1984.

ANDRADE, Manuel Correia. **Espaço, polarização & desenvolvimento**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

_____. **Geografia econômica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

_____. **O Nordeste e a questão regional**. São Paulo: Ática, 1993.

_____. **Uma geografia para o século XXI**. Campinas: Papirus, 1994.

_____. **Geopolítica do Brasil**. São Paulo: Ática, 1995.

_____. **O Brasil e a América Latina**. São Paulo: Contexto, 1996.

_____. **A geografia e a questão social**. Maceió, Recife: Edufal/Editora UFPE, 1997.

_____. **As raízes do separatismo no Brasil**. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

_____. **Globalização e identidade nacional**. Recife: Bagaço, 2002.

_____. **Formação territorial e econômica do Brasil**. Recife: Massangana, 2007.

AZEVEDO, Fernando de. **Um trem corre para o Oeste**. São Paulo: Melhoramentos, 1950.

BACELAR, Saravasti; IUMATI, Paulo. **A cidade de São Paulo em Caio Prado Jr**. São Paulo: IEB/USP, 2007.

BARBOSA, Marialva. **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2007.

BARNOW, Erik *et al*. **International Encyclopedia of Communications**. New York: Oxford University Press, 1989. 4 v.

BOLAÑO, Cesar. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

CAREY, James. Innis Harold. **International Encyclopedia of Communication**. New York: Oxford, 1989. p. 320-321. v. 2.

CARLSON, Ingvar; RAMPHAL, Skridath (Ed.). **Our Global Neighborhood**. New York: Oxford University Press, 1995.

CASTELS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CAVALCANTI, Clovis; RIBEMBOIM, Jacques; RIVAS, Leda (Org.). **Manuel Correia de Andrade, um homem chamado Nordeste**. Recife: Bagaço, 2007.

CRUZ, Daisy da Silva. **Memórias de um geógrafo**. São Paulo: UFRN, 2007.

DOWNING, John. **Internationalizing Media Theory**. London: Sage, 1996.

DUVERGER, Maurice. **Métodos de las ciências sociales**. Barcelona: Ariel, 1962.

FADUL, Anamaria. **Novas tecnologias da comunicação**. São Paulo: Summus, 1986.

_____. **Mídia e região na era digital**. São Paulo: A&C, 2007.

FREYRE, Gilberto. **O mundo que o português criou**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1940a.

_____. **Um engenheiro francês no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1940b.

_____. **Ingleses**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1942.

_____. **Ingleses no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1948.

_____. **Integração portuguesa nos trópicos**. Vila Nova de Famalicão, Junta de Investigações do Ultramar, 1958.

_____. **Nós e a Europa Germânica**. Rio de Janeiro: Grifo, 1971.

_____. **O brasileiro entre os outros hispanos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1975.

GERBNER, Georges. Foreword. **International Encyclopedia of Communication**. New York, Oxford, 1989. v. 2.

HOLANDA, Sergio Buarque de. **Caminhos e fronteiras**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1957.

INNIS, Harold. **Empire and Communication**. 1a. ed. Londres: Oxford University Press, 1950. [2a. ed. Toronto: University of Toronto Press, 1972; 4a. ed. Maryland: Rowman & Littlefield, 2007.]

KUNSCH, Margarida; MAJELA, Geraldo. **Comunicação rural**. Viçosa: UFV, 1986.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Summus, 1981.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

MARQUES DE MELO, José (Coord.). **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Identidades culturais latino-americanas em tempo de comunicação global**. São Bernardo do Campo: Metodista, 1996.

_____. **Regionalização midiática**. Taubaté: Unitau, 2006.

_____. **Os bandeirantes da idade mídia**. São Paulo: Angellarra, 2007.

MATTELART, Armand. **Comunicação mundo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

McBRIDE, Sean. **Um mundo e muitas vozes**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1983.

McLUHAN, Eric; POWERS, Bruce. **The Global Village**. New York: Oxford, 1989.

MELLO, Neli Aparecida de. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

MORIN, Violette. **El tratamiento periodístico de la información**. Barcelona: ATE, 1974.

McQUAIL, Dennis. **Teoria da comunicação de massa**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2003.

MOREIRA, Sonia Virginia. Diálogo internacional: novos focos, antigos parceiros. *In*: PINHO, J. B. (Org.). **Comunicação brasileira no século XXI**. São Paulo: Intercom, 2007. p. 169-178.

NOSTY, Bernardo. **El déficit mediático**. Barcelona: Bosch, 2005.

PASQUALI, Antonio. **El Orden Reina**. Caracas: Monte Ávila, 1991.

PRADO JR., Caio. **A cidade de São Paulo**: geografia e história. São Paulo: Brasiliense, 1983.

RAWNSLEY, Gary. Harold Innis. **The Journal of International Communication**, Sydney, Macquarie University, v. 15, Issue 2, p. 133-135, 2009.

SAMANIEGO, Ramiro. **Meios de comunicação e migração em Brasília**. Brasília: UnB, 1967.

SCARLATO, Francisco; SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia. **Globalização e espaço latino-americano**. São Paulo: Hucitec, 1993.

SODRÉ, Nelson Werneck. **O que se deve ler para conhecer o Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973. Primeira edição de 1945.

TEIXEIRA, Anisio. Apresentação da edição brasileira. *In*: McLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Nacional, 1972. p. 11-13.

THÉRY, Hervé; MELLO, Neli Aparecida de. **Atlas do Brasil**: disparidades e dinâmicas do território. São Paulo: Edusp, 2005.

VAINSENCHER, Samira Adler. **Manoel Correia de Andrade**, 2004. Portal da Fundação Joaquim Nabuco. Disponível em: <www.fundaj.gov.br>. Acesso em: 5 jan. 2010.

CAPÍTULO 2

TEMPO E PRÁXIS NO RESGATE DA MEMÓRIA NACIONAL

1 COMUNICAÇÃO, PROCESSO HISTÓRICO

O papel da comunicação na história constitui preocupação muito recente, agendado apenas na segunda metade do século XX. Aliás, tem sido escasso o interesse dos historiadores pelas variáveis de natureza cultural nas transformações estruturantes da sociedade. Predominaram em sua "escrita", durante muito tempo, os fatores políticos, secundados pelos econômicos e finalmente as variáveis socioculturais. É o que explica Peter Burke:

> De acordo com o paradigma tradicional, a história diz respeito essencialmente à política. (...) A política foi admitida para ser essencialmente relacionada ao Estado: em outras palavras, era mais nacional e internacional, do que regional. (...) Embora outros tipos de história (...) não fossem totalmente excluídos (...), eram marginalizados no sentido de serem considerados periféricos. (...) Por outro lado, a nova história começou por se interessar por virtualmente toda a atividade humana. (BURKE, 1992, p. 10-11).

A historiografia brasileira reflete essa tendência imobilista. Na revisão teórico-metodológica que fez da história do Brasil, José Honório Rodrigues dizia claramente:

"A historiografia brasileira, expressão da sua História, representava, até há pouco tempo, e ainda representa em significativa proporção, a sociedade velha e arcaica (...) expressão do seu apego às tradições (...)" (RODRIGUES, 1969, p. 32).

Não espanta que a primeira reflexão sistemática sobre a questão comunicacional tenha sido esboçada por Leôncio Basbaum,[1] no livro *História e consciência social* (1967). O autor reconhece a sua importância na configuração da história. Consequente da ação cotidiana do homem nos grupos primários, trata-se de fenômeno gerador da consciência social.

> A História é precisamente o resultado da atividade social humana, continuada e conseqüente, a que se denomina *práxis*. (...) A característica da vida humana reside no fato de que o homem está sempre *tomando decisões e transformando-as em atos*. Através desses atos – ou ações – manifestação suprema da vida consciente, o homem ergue civilizações e faz a História. (BASBAUM, 1967, p. 15, grifos nossos).

Robustecendo a tese a respeito da comunicação nesse processo, ele argumenta:

> No decurso de sua História, desde o seu aparecimento na Terra, os homens tiveram de entrar em relações uns com os outros, movidos por dois imperativos: em primeiro

1. Político e historiador marxista, é autor do clássico *História sincera da República* (1957).

> lugar o instinto básico de sobrevivência e, a seguir, o instinto gregário. (...) O que nos interessa (...), pois, inicialmente, no estudo da interação humana são as várias formas de relações que os homens criariam entre si, no decurso de sua vida social, as formas como agem uns sobre os outros ou como buscam entender-se para sobreviver. (BASBAUM, 1967, p. 79).

Complementa, anotando: "A História se nos apresenta como um produto indireto mas imediato da ação humana social. *Indireto*, porque o homem ao agir faz a História inconscientemente; *imediato*, porque toda sua ação resulta em História." (BASBAUM, 1967, p. 191, grifos nossos).

Fundada na ideia motriz da *cooperação*, a comunicação funciona, nesse processo, como instrumento do equilíbrio, permitindo o entendimento entre os homens, ou seja, neutralizando o poderio das forças contraditórias, para assegurar a *coexistência*. Reafirmando a ideia da "existência humana solidificada através da cooperação" (MARQUES DE MELO, 1970, p. 20), aquele autor proclama: "Não fosse o sentimento de comunicação, ideológica e afetiva, e os homens se teriam devorado uns aos outros na luta pela vida." (BASBAUM, 1967, p. 82).

Trata-se de uma concepção da história evidentemente ancorada no legado marxista. Adam Schaff explica didaticamente: trabalho, pensamento e comunicação constituem o tripé da evolução social.

> O trabalho humano é inseparavelmente ligado à consciência, isto é, ao pensamento, que por sua vez é, geneticamente, inseparavelmente ligado à fala. (...) O trabalho humano é baseado na cooperação, a qual é impossível sem o pensar em termos de idéias e sem comunicação. Essa é a dialética da influência mútua, que possibilita explicar-se o processo de comunicação sem recorrer a milagres da metafísica. (SCHAFF, 1968, p. 154).

Se a comunicação, na perspectiva marxista, é intrínseca ao processo de humanização, ela adquire dimensão extrínseca, na visão braudeliana. Como produto do seu trabalho, o homem cria artefatos comunicacionais que passam a desempenhar o papel de alavancas civilizatórias.

Retomando essa linha de análise, Virgilio Noya Pinto situa a questão na atualidade, privilegiando o comportamento da juventude. Ele aponta a "revolução das comunicações" como vetor das mudanças radicais ensejadas e enfrentadas pelo homem contemporâneo.

> Um trabalho nesse campo poderá mostrar, numa retrospectiva, a hipertrofia do espaço geográfico com relação ao homem e as etapas sucessivas de sua contração ante o avanço das técnicas de comunicação. No reverso da medalha, a pulverização do homem em culturas isoladas e o movimento de ruptura das barreiras cuja tendência é fazer surgir o *homem universal*, similar na sua forma de pensar, de vestir, de se alimentar, de se comportar. (NOYA PINTO, 1967, p. 181, grifo nosso).

Na sequência, o historiador uspiano procura aterrisar no universo brasileiro, tendo como elementos norteadores: *tempo*, *espaço* e *técnica*.

> A relação entre espaço geográfico e a evolução do homem é inerente, porém o que se observa é que, nesta interrelação, cada vez mais o homem se liberta das limitações impostas pelo espaço. Essa libertação se faz exatamente através do emprego da técnica. Com a técnica, o binômio tempo-espaço vem deixando de ser obstáculo em função das comunicações e o conjunto das relações dos homens e das sociedades vem se modificando rapidamente. (NOYA PINTO, 1970, p. 3).

Mais adiante, ele reforçaria seu argumento, introduzindo a noção de *cultura*:

> O homem, como todo animal, está sujeito às necessidades do meio, que têm de ser atendidas para que os indivíduos possam sobreviver e procriar. Para tanto, ele desenvolve um ambiente secundário, artificial. Este ambiente nada mais é do que a cultura. (NOYA PINTO, 1986, p. 5-6).

Depois, faz uma correlação entre todas as variáveis para formular seu projeto *brasileiro* de *história das comunicações*:

> Podemos definir a comunicação como o conjunto das relações dos homens entre si, das formas de expressão das quais se serve do emprego de técnicas. (...) Para uma análise da história das comunicações do Brasil é preciso considerar as transformações pelas quais, aos poucos, o espaço foi vencido – ou ainda não – como barreira nas relações dos homens entre si. (NOYA PINTO, 1986, p. 8-7).

Finalmente, ele adota o ponto de vista de Lucien Febvre, parceiro de Braudel na École des Annales, virando as costas ao passado para tecer a história:

> Sempre parto dos problemas da atualidade para pensar na História, no seu desfiar, no seu presente. (..) Quanto mais estudo a História, quanto mais percorro esse processo do homem, mais tenho certeza de que há um substrato humano que não se modifica, que é uma permanência. Amor, ódio, vingança, nobreza, fidelidade etc. são coisas que ressaltam a origem. Ou seja, é um substrato que não se modifica ao longo da História. (NOYA PINTO, 1997, p. 15).

A variável *comunicação* figura, nesse processo, como artifício usado pelo homem para recompor sua imagem perante a história, sempre que ocorrem mudanças na estrutura da sociedade.

> Os períodos históricos têm mostrado que o homem vai refazendo sua própria maneira de olhar-se. (...) Há momentos em que ocorre uma espécie de libertação, de frouxidão dos costumes, (...) e, ao mesmo tempo, a reação a eles, provocando (...) períodos puritanos. (NOYA PINTO, 1997, p. 15).

Daí a "metamorfose" operada pela humanidade, sempre que surgem novas ideias, produzindo novas invenções, como a imprensa, a fotografia, o cinema e a televisão. "Há uma evidente preocupação com o registro do tempo que se vive. Isso me faz pensar que a sociedade está sempre buscando algo capaz de registrar o seu processo histórico." (NOYA PINTO, 1997, p. 21).

2 ESPAÇO, FATOR DECISIVO

O entendimento das relações entre espaço e comunicação pressupõe a compreensão de dois fenômenos históricos: o processo de ocupação do solo e o fluxo migratório.

Para desvendar o primeiro aspecto, Azis N. Ab`Saber (1968, p. 55-71) oferece um mapa elucidativo das características geográficas nacionais, devidamente situado no quadro do sistema colonial aqui engendrado pelos portugueses.

Fonte complementar é sem dúvida o conjunto de ensaios organizado por Sergio Buarque de Holanda (1968) sobre a nossa expansão territorial, entre eles os ensaios escritos sobre a ocupação do vale amazônico – Arthur César Ferreira Reis –, as bandeiras como empreendimento expansionista no sudeste – Myriam Ellis –, as monções enquanto movimento de alargamento das nossas fronteiras em direção ao sul, incluindo a Colônia do Sacramento – Sergio Buarque de Holanda – e o papel da Guerra dos Emboabas na exploração aurífera das Minas Gerais – Odilon Nogueira de Matos.

O segundo fator, ou seja, o fluxo das migrações internas, decorre menos das condições ecológicas e mais de fatores socioeconômicos. Avulta aqui o papel desempenhado pela comunicação, seja no aspecto físico (pois as vias artificiais quebraram as barreiras do espaço geográfico), mas principalmente no aspecto cognitivo (por meio dos canais de informação que superam o tempo no conhecimento das novidades), atraindo os migrantes de uma parte para outra do território nacional (CAMARGO, 1968, p. 115).

A descrição dos "caminhos antigos" que determinaram os principais focos de povoamento no período colonial foi esboçada com maestria por Capistrano de Abreu (1930). "O historiador cearense traça o quadro das penetrações, mostrando os seus motivos e os seus roteiros, as razões por que alguns geraram focos de povoamento, enquanto outros deixaram apenas o conhecimento de zonas percorridas." (SODRÉ, 1973, p. 93).

Sergio Buarque de Holanda (1957) anotou certos detalhes do processo de interiorização, sobretudo as "situações surgidas do contato entre uma população adventícia e os antigos naturais da terra, com a conseqüente adoção, por aquela, de certos padrões de conduta e, ainda mais, de utensílios e técnicas próprios dos últimos".

Contudo, para elucidar o impacto geoeconômico desse processo de povoamento, é indispensável recorrer à interpretação de Caio Prado Jr. (1942) que descarta a hipótese do determinismo geográfico, evidenciando a prevalência dos interesses da metrópole imperial, em vários momentos históricos.

Chamando atenção para a originalidade de Caio Prado Jr., que percebeu o imperativo exógeno de alimentar o comércio europeu como variável decisiva na relação espaço – comunicação no Brasil, Dante Moreira Leite explica:

> A nossa economia não estava dirigida para as necessidades do mercado interno, mas para as exigências do mercado europeu. Isso determina o tipo de exploração do solo e de organização da produção (...) bem como as pequenas proporções da economia de subsistência, isto é, destinada ao consumo dos colonos. (MOREIRA LEITE, 1969, p. 151).

Manuel Diegues Junior (1970, p. 182) reforça essa tese, demonstrando que o Brasil se desenvolveu como "arquipélago cultural", composto por "ilhas" incomunicadas, eventualmente mantendo relações via litoral. Daí a necessidade de encurtar as distâncias, criando alternativas de intercâmbio intelectual.

Fonte preciosa para compreender historicamente a complexidade da comunicação física, em nosso país, é o livro de Mário Travassos – *Introdução à geografia das comunicações brasileiras* (1942). O panorama contemporâneo foi descrito e analisado exaustivamente por Hervé Henry e Neli Aparecida de Mello (2005).

3 FONTE HISTÓRICA

Se não reconheciam teoricamente a comunicação como fator interveniente no processo histórico, os historiadores brasileiros adotavam também postura metodológica que recusava até mesmo os meios de comunicação de massa como fonte historiográfica.

Ignoravam ou resistiam às ousadas teses de historiadores como o canadense Harold Innis, que defendia em seu clássico livro *Empire and Communications* (1950) o papel determinante dos meios de comunicação no desenvolvimento de civilizações imperiais, como Egito, Grécia e Roma.

Algumas exceções figuram nesse panorama ortodoxo, como Caio Prado Jr. e Sergio Buarque de Holanda, referidos anteriormente. O primeiro compreendeu o potencial civilizatório da cidade de São Paulo, justamente por ser o centro do "sistema hidrográfico da região" (PRADO JR., 1936). O segundo resgatou a "cartografia indígena" para entender o significado dos "caminhos e veredas" que marcaram a fisionomia expansionista da sociedade bandeirante (BUARQUE DE HOLANDA, 1957).

Nem mesmo a difusão das ideias de Innis feita, nos anos 1970, pelo seu discípulo Marshall McLuhan sensibilizaria a comunidade historiográfica.

Na segunda edição do seu livro *A pesquisa histórica no Brasil* (1969) e terceira edição do livro *Teoria da história do Brasil* (1969), José Honório Rodrigues mostra as razões que predispõem os historiadores contra o uso das mensagens disseminadas pelas empresas de comunicação como fontes de pesquisa. Mas ele próprio recomenda seu uso, desde que o pesquisador esteja munido de referencial crítico para a seleção dessas, indicando um conjunto de jornais, revistas e obras literárias, inclusive autobiografias e relatos de viagem suscetíveis de aproveitamento histórico.

Precursor nesse terreno foi sem dúvida Gilberto Freyre que dinamizou, a partir de 1922, a pesquisa de história social, recorrendo à imprensa do século XIX

para escrever sua tese de pós-gaduação *Social life in Brazil in the middle of the 19th century*, defendida na Columbia University, somente traduzida e difundida no Brasil em 1964. Posteriormente, toda a obra de Freyre fundamentou-se na imprensa da época como fonte fidedigna (MARQUES DE MELO, 1972, p. 31-46).

A assimilação dessa fonte só se daria lentamente, como aliás reconhece Tania Regina de Luca (2006), em seu ensaio *História dos, nos e por meio dos periódicos*.

Papel decisivo nessa ruptura foi desempenhado por Ana Maria Camargo, cuja tese de doutorado (1976) endossou o uso da imprensa como fonte de pesquisa.

Contudo, a mudança do panorama só se daria quando, nos anos 1980 e 1990, ganha legitimidade no Brasil a plataforma da História Nova francesa, cujas inovações metodológicas haviam sido testadas pela École des Annales desde a década de 1930 (LUCA, 2006, p. 112).

4 HISTÓRIA MIDIOCÊNTRICA

Enquanto a comunidade historiográfica repensava seus paradigmas e sua metodologia, livres atiradores foram seduzidos pelo desenvolvimento da indústria midiática nacional e escreveram sua história segmentada. O inventário exaustivo dessas fontes foi realizado pela equipe do Programa Nacional de Microfilmagem dos Periódicos Brasileiros, sob a liderança de Esther Bertoletti (1985b).

Deixando de lado os historiadores que revisaram a história da nossa imprensa no fim do século XIX e começo do século XX, objeto do meu livro *História do pensamento comunicacional* (2003), vale a pena destacar aqueles autores que trouxeram contribuições relevantes para o campo comunicacional no período pós-guerra.

Entre eles, dois merecem realce pelo pioneirismo midiocêntrico: Hélio Vianna e Carlos Rizzini, ambos sintomaticamente vinculados às emergentes escolas de comunicação. Vianna (1945) publica sua coletânea de monografias *Contribuições à História da Imprensa Brasileira* e Rizzini (1946) seu tratado *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil.* Outras obras assinadas por esses escritores seriam lançadas posteriormente.

A seguir, aparecem três livros do mesmo calibre sobre diferentes meios de comunicação. Um sobre o próprio livro, assinado por Wilson Martins (1957), que mais tarde publicaria uma vasta obra sobre a *História da inteligência brasileira*, focalizando principalmente a comunicação literária. Outro de autoria de Alex Vianny (1959), inspirador de uma vasta bibliografia que Jean Claude Bernardet revisaria criticamente na obra *Historiografia clássica do cinema brasileiro* (1995). O terceiro focaliza a comunicação erudita em vários momentos da vida nacional, principalmente a relação entre autor, obra e público; assinado por Antonio Cândido (1965), tem valor inquestionável.

Mas a obra emblemática sobre a mídia impressa só apareceria na década posterior, exercendo grande impacto na academia pela sua natureza singular, ou seja, fazendo uma interpretação marxista do desenvolvimento dos jornais e das revistas no país. A *História da imprensa no Brasil* (1964) sobreviveu à morte de Nelson Werneck Sodré, alcançando a quarta edição, leitura fundamental em nossos cursos de comunicação.

Também é da mesma conjuntura o manual elaborado por Juarez Bahia, publicado inicialmente com o título *Três fases da imprensa brasileira* (1960), depois revisto e ampliado sob o título *Jornal: história e técnica* (1990), cuja quarta edição ainda está em circulação, sendo bem acolhido pelo circuito universitário nacional, agora com o selo da Mauad editora. Na sequência cronológica, apareceu a obra da mesma natureza – *História da comunicação* (1967) – assinada pelo casal Marcello e Cybelle de Ipanema, sem, contudo, lograr reedição.

Vêm servindo como fonte de referência sobre a história das profissões, embora esgotados, alguns livros esquemáticos, descritivos ou simplesmente memorialísticos. O mais abrangente é de autoria de Mauro Almeida (1971). Na área do radialismo, destacam-se os ensaios escritos por Saint-Clair Lopes (1970), José Ramos Tinhorão (1981) e Mário Ferraz Sampaio (1984). Os setores de publicidade, propaganda e relações públicas são enriquecidos com as contribuições de Genival Rabelo (1956), Ricardo Ramos (1972), Cândido Teobaldo (1972), José Roberto Whitaker Penteado (1974) e Luiz Maranhão Filho (2002).

Nas décadas seguintes, ganham repercussão obras interpretativas como *O controle da informação no Brasil* (1970), cujo autor lançaria depois o manual *Comunicação: do grito ao satélite* (1978), várias vezes reeditado. Também se inclui nesse conjunto – tese de doutorado de José Marques de Melo, publicada originalmente com o título de *Sociologia da imprensa brasileira* (1973), reeditada com o título *História social da imprensa* (2003).

É o mesmo caso dos livros de Paulo Emilio Salles Gomes (1974), Maria Nazareth Ferreira (1978), Maria Elvira Federico (1982), bem como o ensaio retrospectivo de Sérgio Mattos (2002).

Desse contingente fazem parte algumas obras sobre a indústria cultural: a de Laurence Hallewell (1985), recentemente lançada em edição atualizada, trata do setor de produção editorial, enquanto o "outro lado" do processo editorial encontra-se coberto pelo ensaio de Marisa Lajolo e Regina Zilberman (1996).

Enquanto Boris Kossoy (1976) resgata os primórdios da fotografia, Heloise Costa e Renato Rodrigues da Silva (2004) dão conta da sua trajetória na sociedade atual.

Sonia Virginia Moreira faz um inventário crítico da nossa trajetória radiofônica, publicado inicialmente em 1991, mas agora revisto, atualizado e editado

em *O rádio no Brasil* (2000). Por sua vez, Moacy Cirne envereda pela *História e crítica dos quadrinhos brasileiros* (1990).

Recentes obras coletivas resgatam a trajetória histórica de campos profissionais ou áreas de interesse, suscitando igual atenção. É o caso da *História da propaganda no Brasil* (1990), organizada por Renato Castelo Branco, Rodolfo Martense e Fernando Reis; de *Leitura, história e história da leitura* (2000), compilada por Márcia Abreu e do recente *e-book* sobre a *História das relações públicas* (2008), editado por Claudia Moura.

Perfilam nesse território, as obras resultantes do laboratório de história oral liderado por Alzira Alves de Abreu (1976, 2003, 2006) na Fundação Getulio Vargas (FGV), entre outras.

Um filão que vem seduzindo alguns pesquisadores, de tempos em tempos, é o da história-denúncia, em certo sentido inaugurado por Fernando Segismundo com o livro *Imprensa brasileira: vultos e problemas* (1962), onde rotula Hipólito da Costa como "jornalista venal", provocando celeuma patriótica. Alinham-se nessa corrente, os livros de Genival Rabelo (1966), José Maria Campos (1983) e Daniel Herz (1987).

Há também os que privilegiam o reverso do espelho, ou seja, a história como ingrediente da atividade midiática. Ou melhor, a história recriada nas páginas dos jornais, nas telas do cinema e em congêneres. A obra-chave para compreender essa relação assimétrica entre o comunicador (sujeito da produção) e o historiador (figurante ou consultor) foi escrita por Maria Helena Capelato (1988), discutindo o jornal como documento, a imprensa oficial, a imprensa contestadora e naturalmente também o papel do jornal na história. Pertencem a essa linhagem o livro do brasilianista Mark Curran (2001), de Boris Kossoy (1989), Maria Lourdes Motter (2001) e Narciso Lobo (2000).

Tem sido intensa a produção de estudos monográficos, privilegiando episódios, entidades, pessoas ou períodos. Mesmo correndo o risco de omissões, julgo necessário realçar algumas contribuições especiais.

A história da imprensa diversional conta com três estudos especiais: *Folhetim: uma história* (1996), escrito magnificamente por Marlyse Meyer; *Histórias de cordéis e folhetos* (1999), fruto da laboriosa pesquisa de Márcia Abreu em arquivos brasileiros e portugueses e *A guerra dos gibis* (2004), narrativa cativante de Gonçalo Junior, desvendando os bastidores da campanha que foi vítima a indústria dos quadrinhos no país, bem como da reação em cadeia desencadeada pelos empresários do ramo.

Por sua vez, a história da mídia audiovisual registra quatro obras singulares. O rádio está representado pela monografia de Luis Carlos Sartori (2005). O cinema aparece com destaque no livro em que Maria Rita Galvão faz a *Crônica*

do cinema paulistano (1975). À televisão corresponde o oportuno estudo de Cristina Brandão sobre *O grande Teatro Tupi do Rio de Janeiro* (2005). Não poderia faltar a obra representativa da teleducação, de autoria do escritor Samuel Pfromm Netto – *Telas que ensinam* (1998).

O lote mais volumoso é sem dúvida referente ao jornalismo, por razões supervenientes. Seus exemplos variam de ensaio polemizador, como ocorre com os trabalhos assinados por Isabel Lustosa (2000) ou por Bernardo Kucinski (1991), incluindo também estudos contextuais, como os que foram escritos pela equipe local: Carlos Eduardo Lins da Silva compareceu com o ensaio *O adiantado da hora* (1991); Adisia Sá inscreveu a análise do material recolhido na pesquisa ocupacional sobre *O jornalista brasileiro* realizada por encomenda da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) (1999); Cristiane Costa (2005) penetra nas entranhas da corporação jornalística brasileira, retomando o inquérito feito por João do Rio, no início do século passado, e demonstrando que existe um contínuo fluxo bidirecional entre o jornalismo e a literatura.

O repertório pode ser ampliado, com a inclusão daqueles títulos matizados pelo caráter regional. Mas se trata de uma lista tão grande, fugindo ao propósito deste ensaio, que adota o prisma exclusivamente regional. Mas seria injustiça não me referir ao monumento hemerográfico representado pela *História da imprensa de Pernambuco: (1821-1954)*. Obra em 14 volumes, escrita pelo jornalista Luiz do Nascimento, seus originais foram confiados pelo autor à Editora da Universidade Federal de Pernambuco. Resultante de exaustiva pesquisa documental, realizada em bibliotecas e arquivos, esta obra de referência atualiza e complementa os *Anais da imprensa periódica pernambucana de 1821-1908*, incursão pioneira de Alfredo de Carvalho, o guardião da memória da nossa imprensa no início do século XX.

5 MIDIOLOGIA HISTORICIZADA

Tal ciclo de observação sobre o impacto e o avanço institucional da imprensa chega ao seu ponto culminante com a publicação do livro emblemático de Marialva Barbosa – *História cultural da imprensa: 1800-2000* (2008, 2010).

Não temos nenhuma dúvida em situar essa obra no mesmo patamar ocupado pela vanguarda nacional da história da mídia. Sua instigante, deliciosa, sedutora e, em certo sentido, *sherlockiana* obsessão para recolher os vestígios do tempo perfila como narrativa de fôlego sobre o desenvolvimento e a modernização da nossa mídia impressa. O aparente reducionismo espacial – por estar concentrada no território carioca – ganha elasticidade e densidade, durante o curso da escrita, justamente pela captação da amplitude extraterritorial do objeto pesquisado.

A imprensa carioca extrapola a natureza geopolítica que a poderia atrelar ao estigma paroquial ou provincial para se tornar a expressão viva da universalidade

brasileira. Ela assimila mestiçamente os padrões importados d´além mar. Mais do que isso: processa os modelos aculturados e os difunde para todos os quadrantes da nossa geografia. Esse fluxo perdura até quando a Cidade Maravilhosa cataliza a hegemonia típica das capitais nacionais.

Marialva Barbosa revela, nessa obra, impressionante capacidade empática. Comporta-se metodologicamente como historiadora, periodizando a trajetória da imprensa cultivada pela Bela Capital (BELACAP). Mas, ao mesmo tempo, recorre ao empirismo jornalístico para reconstruir cenários dotados de exuberante simbolismo ou para pinçar e projetar personagens singulares que dão sentido aos jogos de cena. Nesse diapasão, constrói uma narrativa brilhante, nutrida pela factualidade subjetiva e sofisticada pela interpretação heterodoxa.

A autora conquista lugar de destaque na constelação dos historiadores midiáticos brasileiros pela ousadia de romper com os padrões da pesquisa histórica tradicional. Mesmo transgredindo os postulados epistemológicos em que se fundamentam seus predecessores, ela não os recusa como fontes irradiadoras de sabedoria utilitária. Ancorada na sutileza da reportagem em profundidade para tecer o perfil enigmático de Hipólito da Costa, ela esboça instantâneos elucidativos de Wainer e Chateaubriand. Da mesma forma, ampara-se na sensibilidade literária para construir descrições apetitosas de ambientes e de conjunturas, eivadas de sabor coloquial. A exemplo de Werneck Sodré, explorou a riqueza das coleções de jornais microfilmados para separar o joio do trigo, ou seja, para navegar habilidosamente entre a tempestade metafórica dos gêneros informativos e a calmaria metonímica dos gêneros opinativos, vestígios indeléveis das fontes que privilegiou.

Por isso mesmo, a comunidade acadêmica confiou-lhe em 2008 a responsabilidade de liderar a Rede Alfredo de Carvalho para o Resgate da Memória da Imprensa e para a Construção da História da Mídia no Brasil (Rede Alcar), com a finalidade de fortalecer a construção da nossa história midiática.

Entre os episódios históricos que se tornaram efemérides midiáticas, naquela conjuntura, está sem dúvida a instalação da imprensa no Brasil, por obra e graça da transferência compulsória do poder instituído em Portugal. Esse acontecimento adquire conotação legendária, em certo sentido mítica, pois representa um tipo de iniciativa poucas vezes ousada e sempre frustrada. Por isso mesmo, constantemente relembrada.

Entretanto, esse fato histórico até hoje não foi suficientemente reconstituído, analisado e compreendido. Paira sobre ele uma névoa cognitiva, desafiando os investigadores das ciências da comunicação, particularmente do jornalismo.

6 DOGMA E CONTROVÉRSIA

Com ele me deparei na alvorada da carreira acadêmica, quando fiz a iniciação nos meandros da História do Brasil para tentar elucidar uma das questões controversas da nossa história da imprensa. Os manuais adotados nessa disciplina convertiam a questão em uma espécie de axioma incontestável. A enunciação era mais ou menos a seguinte: a proibição da imprensa em território brasileiro correspondia a uma estratégia do governo colonial no sentido de impedir que as tipografias difundissem ideias libertárias ou independentistas.

A tese hegemônica na historiografia nacional foi assim descrita por Alfredo de Carvalho (1908, p. 17-18), aclamado como a maior autoridade na matéria:

> Em todo o transcurso do período colonial não houve no Brasil talvez manifestação de progresso a que a metrópole deixasse de corresponder com medidas proibitivas, ou providências vexatórias, ditadas por uma política suspicaz que antevia na prosperidade da vasta possessão americana a certeza da sua independência. Uma legislação, severa até a crueldade, regulava (...) toda a vida econômica e industrial, e a introdução de quaisquer melhoramentos nela imprevistos vinham prontamente embargar (...) Assim, a obstinada oposição ao estabelecimento da imprensa determinou (...) certas falhas da nossa construção sociogênica (...).

Convertida em dogma legitimado pela sociedade, essa interpretação política permaneceu inquestionável até meados do século XX, quando Nelson Werneck Sodré, em uma perspectiva marxista, publica sua alentada *História da imprensa no Brasil* (1966). A hipótese formulada é a de que o desenvolvimento da imprensa está atrelado ao desenvolvimento da sociedade capitalista, de onde se inferia que a ausência da burguesia no Brasil explicava a implantação tardia da nossa imprensa.

Apesar de não argumentar suficientemente, Nelson Werneck Sodré ampliou a compreensão do fenômeno, introduzindo variáveis conjunturais. Quando seu livro apareceu, o historiador já se encontrava no ostracismo político, vítima da perseguição do governo militar que assumiu o poder em 1964, sendo essa obra quase ignorada pela academia.[2]

Na altura, eu me defrontava com uma opção acadêmica inadiável. Compulsoriamente inscrito no programa de doutorado da recém-fundada Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo (1967), precisava satisfazer uma exigência: definir o objeto da minha tese e apresentar o projeto de investigação correspondente.

A exaustiva revisão da literatura sobre história da imprensa no Brasil, feita na ocasião, mostrou um panorama desolador. Tanto os textos publicados no Brasil quanto os circulantes em Portugal eram lacônicos e imprecisos sobre o episódio

2. Esse episódio está descrito e contextualizada no capítulo 19 de Sodré (2008, p. 175-184).

da repressão à nossa imprensa colonial. Tive a sensação de participar de um ensaio orquestral, onde os músicos repetem a mesma melodia, sem variação de tom. Quase todas essas obras careciam de evidências coletadas em fontes primárias.

Ungido pela aura de historiador paradigmático, que desvendara o enigma historiográfico da tipografia holandesa do século XVII, pesquisando na Holanda a documentação disponível no Arquivo das Índias Ocidentais, Alfredo de Carvalho conquistou notoriedade e reconhecimento.[3] Repetida com reverência, sua tese sobre o controle das atividades de impressão no Brasil adquiria *status* de verdade nacional.

Com exceção do já referido livro de Werneck Sodré, fundamentado na economia política, encontrei apenas uma fonte que não engrossava a corrente de natureza político legal. Trata-se do ensaio "O fenômeno jornalístico na cultura brasileira" (1958), de autoria de Danton Jobim (1992), que alinhava um conjunto de variáveis culturais. Foi a partir dessa controvérsia que construí minha tese de doutorado, finalmente concluída em 1972 e defendida em 1973 na Universidade de São Paulo, sob o título *Fatores sócio-culturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*.

Depois de examinar detidamente as fontes secundárias disponíveis, cotejando evidências empíricas e comparando argumentos exegéticos, concluí que a imprensa tardia brasileira foi produto de uma série de elementos estruturais e de circunstâncias conjunturais. Em síntese, convenci-me de que a ausência da imprensa em todo o nosso período colonial resultou menos de uma conspiração urdida pela corte lusitana, explicando-se pela persistência de fatores diversos que refletem o anacronismo das instituições que constituem nossa sociedade.

Em linguagem folhetinesca, limpei a barra de Portugal, matizando o papel que, no outro lado do Atlântico, lhe tem sido atribuído como vilão responsável pela morte precoce da nossa imprensa, para demonstrar que o comportamento lusitano na época não fugiu ao padrão convencional do colonialismo europeu. Constatei dupla postura de Portugal enquanto potência colonizadora. Se por um lado não favorecera a instalação de prelos no Brasil, por outro apoiara a reintrodução da tipografia na Ásia, endossando o uso catequético em Macau e adjacências.

Minha linha de raciocínio era a seguinte: a imprensa funcionou, nos projetos coloniais, como instrumento de dominação cultural, injetando valores e atitudes nas colônias periféricas, sempre que isso era necessário. Onde os fatores socioculturais inibiam ou tornavam dispensável o uso da imprensa, esta foi postergada, minimizada, dificultada. O processo de difusão da cultura dominante foi realizado via outros instrumentos, mais eficazes, como documentou fartamente

3. Para melhor compreender a situação pode ser útil a leitura do item *Desbravamento*, constante do capítulo 3.1 de Carvalho (2007, p. 145-151).

o jornalista-historiador Carlos Rizzini, em sua clássica obra *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil* (1988).

Mais adiante, quase em um fechar de olhos, a corte lusitana proclama indispensáveis os serviços da imprensa, ao se estabelecer no Rio de Janeiro. Assim, em 1808, os prelos foram imediatamente instalados, passando a funcionar a todo vapor. E o fato absolutamente não favoreceu a nossa independência política, nem ameaçou a estabilidade do império. Até mesmo porque a mão que liberou sua instalação foi a mesma que regulamentou a aplicação da censura prévia. Conclusão: nenhum meio de comunicação, inclusive a imprensa, tem o condão de mudar a realidade por si só, podendo acelerar as mudanças quando a sociedade amadureceu para desencadeá-las e sedimentá-las.

Estávamos em plena euforia da nova ordem mundial da informação e da comunicação quando minha tese foi publicada sob a forma de livro. Negando o papel intrinsecamente revolucionário da imprensa, o livro não encontrou ambiente propício para ser lido e debatido. Se não passou em brancas nuvens, também não provocou desdobramentos. Frustrou-me a cortina de silêncio que o eclipsou, sem mesmo ser contestado.

Até em Portugal, onde meus livros anteriores conquistaram leitores atentos, o volume intitulado *Sociologia da imprensa brasileira* (1973) passou em braças nuvens. A conjuntura, aliás, não era favorável, estando toda a península ibérica imersa em clima de efervescência política, com o esgotamento dos regimes autoritários. O pavio do 25 de Abril já estava aceso, prenunciando a mudança de cenário e de correntes.

Nesse sentido, não é possível deixar sem registro a tendência detectada no Brasil, em fins do século passado, quando se difundiu, no âmbito das ciências da comunicação, atitude de menosprezo pelos acontecimentos e pelos personagens que fizeram a história. Chegamos à situação-limite de ver excluído dos currículos acadêmicos o estudo da história da imprensa.

Diante dessa recusa sutil, mas corrosiva, foi lançado um movimento nacional cuja proposta aparente era de natureza comemorativa. Apesar disso, seus participantes se comprometeram com a restauração da memória da imprensa e o resgate da sua história. Essa frente de mobilização intelectual adotou como ícone o pioneiro dos estudos históricos sobre o jornalismo brasileiro, anteriormente citado.

7 RESGATE DA MEMÓRIA

A Rede Alcar surgiu como organização não governamental, estando hoje constituída como sociedade científica, de âmbito nacional. Fundada no dia 5 de abril de 2001, na cidade do Rio de Janeiro, sua finalidade inicial era a de contribuir

para a democratização do sistema midiático nacional, preparando a celebração do Bicentenário da Imprensa Brasileira (1808-2008).

A estrutura de rede permitiu o funcionamento dinâmico, assegurando liberdade de iniciativa aos organismos que reuniu e promovendo inúmeras atividades, coordenadas de modo pluralista por um comitê nacional.

Integrados por pesquisadores de diferentes disciplinas das ciências da comunicação, grupos temáticos desenvolvem atividades de pesquisa durante todo o ano, apresentadas e discutidas durante os congressos, realizados anualmente em diferentes partes do território nacional, bem como dos seminários, promovidos ocasionalmente, por iniciativa de instituições públicas ou privadas.

Nesse primeiro decênio de mutirão intelectual, foi acumulado um acervo de monografias sobre a história das indústrias midiáticas no Brasil. Livros ou coletâneas vêm sendo igualmente publicados, em parceria com editoras universitárias ou organismos de interesse público, beirando duas dezenas de títulos.

A Rede Alcar pretende estabelecer nexos entre a galáxia de McLuhan e a galáxia de Bill Gates. Instituição ancorada em sua época, mas antenada no porvir, ela tem se robustecido na medida em que tem sido capaz de acalentar utopias, otimizando as demandas típicas da emergente sociedade digital. Dessa maneira, conquista adesões e projeta-se no cenário contemporâneo. Está justamente aí o diferencial entre essa cruzada e a iniciativa liderada, há um século, pelo seu patrono.

Ao anoitecer do século XIX, o historiador Alfredo de Carvalho havia feito pesquisas essenciais para compreender o itinerário da mídia impressa brasileira, propondo-se, na alvorada do século XX, a inventariar o panorama dos jornais e das revistas publicados no país, durante o primeiro século da sua vigência.

Acolhida pelo Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB),[4] a ideia se transformou em projeto respaldado pelo governo nacional, gerando uma exposição jornalística, aberta ao público, na capital republicana e em outros estados da Federação brasileira, em 1908.

Como resultado desse esforço incomensurável, do qual participaram ilustres historiadores e hemerógrafos de várias províncias, foram editados dois volumes da *Revista do IHGB*, reproduzindo os inventários elaborados pelos pesquisadores estaduais das regiões Norte e Nordeste, bem como o ensaio monográfico escrito magnificamente por Alfredo de Carvalho.

Infelizmente os catálogos referentes às regiões situadas ao Sul do território nacional, tendo como divisor geopolítico a Bahia, desapareceram no incêndio

4. A comunicação desse projeto foi efetuada aos sócios do IHGB pelo secretário perpétuo em sessão realizada na 13ª sessão ordinária da instituição, no dia de 29 de julho de 1907 (FLEUISS, 1908).

que, naquela ocasião, destruiu preciosos originais depositados nos prelos da Imprensa Nacional. Esse episódio sinaliza a triste maldição que se projetaria sobre a memória da nossa imprensa, penalizada pela incúria institucional e desprezada pelas nossas vanguardas intelectuais.

Não fosse a ação preservacionista da Biblioteca Nacional e de algumas bibliotecas estaduais/municipais ou a dedicação laboriosa de alguns colecionadores particulares, o itinerário percorrido pela nossa imprensa no século XX teria sido apagado definitivamente da memória brasileira. Todo esse acervo mapeado foi microfilmado graças à ofensiva liderada quixotescamente por Esther Bertoletti (1908, 1985a), uma guerreira hoje comprometida com o resgate dos arquivos europeus sobre o período colonial brasileiro. Ela ainda acalenta o sonho de ver instalado em nosso país uma Hemeroteca Nacional, a exemplo do que ocorre em outros países europeus ou americanos, dando aos jornais e às revistas o mesmo valor documental atribuído aos livros.

8 TRILHAS A PERCORRER

O descaso em relação à memória da imprensa traduz em certo sentido a atitude pátria referente à própria memória nacional, principalmente no âmbito da cultura não erudita, condenando ao esquecimento as instituições, os fatos e os personagens que fizeram história da vida cotidiana. Um agravante dessa situação é o despreparo das novas gerações de profissionais midiáticos – jornalistas, publicitários, radialistas ou teledifusores – formados pelas nossas universidades, que possuem escasso conhecimento sobre a trajetória midiática brasileira.

Peter Burke explica que a "relação dos brasileiros com seu passado é mais tênue do que aquela construída nos países europeus e mesmo nas demais nações latino-americanas". O historiador inglês sugere que, ao contrário dos europeus, os quais convertem os "museus e os monumentos" em lugares privilegiados da memória, os brasileiros extraem suas "visões do passado", principalmente no carnaval e nas telenovelas, em que a visão "tende a ser crítica" (BURKE, 2008).

Essa carência histórica transforma os novos profissionais da área em reféns involuntários dos gêneros e formatos alienígenas, reproduzindo continuamente modelos oriundos de matrizes descoladas da nossa realidade. Trata-se de fenômeno determinado pela ignorância em relação aos padrões midiáticos já testados em território nacional, muitas vezes ausentes das lições disseminadas pelos seus mestres, tanto na academia quanto na indústria.

Foi precisamente com a intenção de neutralizar essa lacuna cognitiva que tomou corpo o novo movimento cultural. Sua meta é desenvolver ações voluntárias e independentes, embora metodologicamente articuladas, no sentido de

completar o inventário desencadeado há um século e ao mesmo tempo tecer a malha que dá sentido ao complexo midiático brasileiro.

Nesse projeto está implícita a ambição de motivar jovens pesquisadores para retomar as hipóteses e os roteiros esboçados, dando continuidade ao plano fundamental de construir a história midiática brasileira. Trata-se de resgatar os dois séculos já palmilhados e ao mesmo tempo iluminar as ações a serem empreendidas nesta conjuntura em que alimentamos a utopia de fincar a bandeira nacional no novo mapa do mundo.

A eloquência mais evidente da oportunidade dessa estratégia tem sido a publicação de novas obras que resgatam aspectos negligenciados da nossa história midiática ou problematizam seus postulados teóricos, como é o caso das coletâneas organizadas por Neves, Morel e Ferreira (2006) e por Goulart e Herschmann (2008).

Em fins de 2010, a Rede Alcar, já institucionalizada como sociedade científica associada à Federação Brasileira de Associações Acadêmicas de Comunicação (Socicom), fez um balanço do acervo de conhecimentos até agora acumulado:

> Em que pese o crescimento expressivo das pesquisas, dos evidentes avanços teóricos e metodológicos, observa-se ainda a carência de reflexões conceituais mais globais sobre períodos, processos, meios de comunicação. Com isso, a pesquisa apresenta-se, ainda, de forma fragmentada, o que impede, em certa medida, maior complexificação das análises.
>
> (...)
>
> Assim, a regionalização das ações da ALCAR, a constituição de núcleos de pesquisas e a realização de pesquisas temáticas, com a participação de todas as regiões do país são algumas das ações não apenas para solidificar a Associação, mas, sobretudo, os estudos históricos sobre a mídia no Brasil.
>
> (...)
>
> A contigüidade com outros campos de saberes – notadamente a história – o que leva a uma natural aproximação com pesquisadores desta área das Ciências Humanas, por outro nos obriga a sedimentar nossos referenciais teóricos e metodológicos de análise, para que possamos ter reconhecido o nosso lugar de pesquisadores históricos da mídia, não abandonando a idéia de que a troca de conhecimento entre os dois campos é fundamental. Nesse sentido, a participação freqüente e sistemática de pesquisadores oriundos da história tem enriquecido as discussões nos grupos. Assim, no nosso entendimento, torna-se fundamental a institucionalização dessas parcerias, fazendo do campo de estudos de história da mídia um lugar de participação plural, com a necessária multiplicidade de olhares, sem que percamos a liderança do processo.
>
> Detentora do universo do chamado tempo presente para as suas análises, que se realizam em concomitância com a vida que se desenvolve em processos cada vez mais

> complexos, nos quais as ações de comunicação assumem protagonismo inconteste, os estudos de comunicação não valorizam, de maneira geral, a dimensão histórica. Há, portanto, que mostrar na própria área e para os nossos próprios pares as razões da urgência da inclusão da dimensão histórica em nossas análises. Não por mera questão de construção de um lugar de fala reconhecido e validado, mas por acreditar que o entendimento de processos que se faz em concomitância com o tempo da vida só pode ser compreendido numa dimensão que é, sempre, histórica. (BARBOSA, 2010).

A conclusão decorrente desse diagnóstico sinaliza que muitos caminhos têm que ser percorridos para a conquista da pretendida historicização da mídia como alavanca da sua legitimação pela sociedade.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **A imprensa em transição**. Rio de Janeiro: FGV, 1976.

_____. **Eles mudaram a imprensa**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

_____. **Elas ocuparam as redações**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

AB`SABER, Aziz N. Fundamentos geográficos da história brasileira. *In*: BUARQUE DE HOLANDA, Sérgio (Org.). **História da civilização brasileira**. São Paulo: Difel, 1968. p. 55-71. v. I.

ABREU, Capistrano de. **Caminhos antigos e povoamento do Brasil**. Rio de Janeiro, 1930.

_____. **Capítulos de história colonial**. 5. ed. Brasília: UnB, 1963.

ABREU, Márcia. **Histórias de cordéis e folhetos**. Campinas: Mercado de Letras, 1999.

_____. **Leitura, história e história da leitura**. Campinas: Mercado de Letras, 2000.

ALMEIDA, Mauro. **A comunicação de massa no Brasil**. Belo Horizonte: Júpiter, 1971.

BAHIA, Juarez. **Jornal**: história e técnica. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa (1800-2000)**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008, v. 1; 2010, v. 2.

_____. **História da mídia no Brasil**: percurso de uma década. Rio de Janeiro: Rede Alcar, 2010.

BASBAUM, Leôncio. **História e consciência social**. São Paulo: Fulgor, 1967.

BERNARDET, Jean Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro**. São Paulo: Anablume, 1995.

BERTOLETTI, Esther. Nota prévia. **Periódicos Brasileiros em Microforma, Catálogo Coletivo**. Rio de Janeiro, Histórico e Geográfico Brasileiro. Tomo I, Rio de Janeiro, p. 1-89, 1908. Tomo consagrado à Exposição Comemorativa do Primeiro Centenário da Imprensa Periódica no Brasil.

_____. Nota prévia. **Periódicos Brasileiros em Microforma, Catálogo Coletivo**, Rio de Janeiro, Biblioteca Nacional, p. 13-16, 1985a.

_____. Bibliografia da imprensa. **Periódicos Brasileiros em Microformas**, Rio de Janeiro, Biblioteca Nacional, p. 341-429, 1985b.

BRANDÃO, Cristina. **O grande Teatro Tupi do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

BUARQUE DE HOLANDA, Sergio (Org.). **Caminhos e fronteiras**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1957.

_____. **História da civilização brasileira**. São Paulo: Difel, 1968. v. I.

BURKE, Peter. **A escrita da história**. São Paulo: UNESP, 1992.

_____. Quase memória. **Folha de S.Paulo**, Mais, São Paulo, 28 set. 2008.

CAMARGO, Ana Maria. **A imprensa periódica como instrumento de trabalho**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 1976.

CAMARGO, José Francisco. **A cidade e o campo**. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1968.

CAMPOS, José Maria. **A tragédia da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: Collector´s, 1983.

CÂNDIDO, Antonio. **Literatura e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1965.

CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e história do Brasil**. São Paulo: Contexto, 1988.

CARVALHO, Alfredo. Gênese e progressos da imprensa periódica no Brasil. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro**, Tomo I, edição comemorativa, Rio de Janeiro, 1908.

_____. **História do pensamento comunicacional**. 2. ed. São Paulo: Pulus, 2007.

CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSE, Rodolfo; REIS, Fernando (Org.). **História da propaganda**. São Paulo: TAQ, 1990.

CIRNE, Moacy. **História e crítica dos quadrinhos brasileiros**. Rio de Janeiro: Europa, 1990.

_____. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.

COSTA, Cristiane. **Pena de aluguel**: escritores jornalistas no Brasil – 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

COSTA, Heloise; SILVA, Renato Rodrigues da. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

COSTELLA, Antônio. **O controle da informação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1970.

CURRAN, Mark. **História do Brasil em cordel**. São Paulo: Edusp, 2001.

DANTON, Jobim. **Espírito do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1992. p. 159-168.

DIEGUES JUNIOR, Manuel. **Regiões culturais do Brasil**. Rio de Janeiro: MEC, 1960.

_____. **Ocupação humana e definição territorial do Brasil**. Rio de Janeiro: Conselho Federal de Cultura, 1971.

FERREIRA, Maria Nazareth. **A imprensa operária no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1978.

FLEUISS, Max. Apresentação. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro**, Tomo I, Rio de Janeiro, 1908, p. V-XIII. Tomo consagrado à Exposição Comemorativa do Primeiro Centenário da Imprensa Periódica no Brasil.

FEDERICO, Maria Elvira. **História da comunicação**: rádio e TV no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. Recife: UFPE, 1963.

_____. **Vida social no Brasil nos meados do século XIX**. Recife: IJNPS, 1964.

GALVÃO, Maria Rita. **Crônica do cinema paulistano**. São Paulo: Ática, 1975.

GOMES, Paulo Emilio Salles. **Humberto Mauro, Cataguazes e Cinearte**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

GOULART, Ana Paula; HERSCHMANN, Micael. **Comunicação e história, interfaces e novas abordagens**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**. São Paulo: Edusp, 1985.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

HENRY, Hervé; MELLO, Neli Aparecida de. **Atlas do Brasil**: disparidades e dinâmicas do território. São Paulo: Imprensa Oficial, 2005.

INNIS, Harold. **Empire & Communications**, 1950. [2. ed. Toronto: University of Toronto Press, 1972].

IPANEMA, Marcello; IPANEMA, Cybelle. **História da comunicação**. Brasília: UnB, 1967.

JUNIOR, Gonçalo. **A guerra dos gibis**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

JOBIM, Danton. **Espírito do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1992.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**. São Paulo: Scritta, 1991.

KOSSOY, Boris. **Hércules Florence – 1883**: a descoberta isolada da fotografia no Brasil. São Paulo: Anhembi, 1976.

_____. **Fotografia e história**. São Paulo: Ática, 1989.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1996.

LOBO, Narciso. **Ficção e política**: o Brasil nas miniséries. Manaus: Valer, 2000.

LOPES, Saint-Clair. **Comunicação, radiodifusão, hoje**. Rio de Janeiro: Temário, 1970.

LUCA, Tania Regina de. História do, nos e por meio dos periódicos. *In*: PINSKY, Carla (Org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 111-154.

LUSTOSA, Isabel. **Insultos impressos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MARANHÃO FILHO, Luiz. **No tempo do reclame**. Recife: UFPE, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

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

_____. **Sociologia da imprensa brasileira**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1973.

_____. **Imprensa brasileira**: personagens que fizeram história. São Paulo: Metodista, 2003, 2008.

_____. **História social da imprensa**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

_____. **História do pensamento comunicacional**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007. Primeira edição de 2003.

_____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita**. São Paulo: Anhembi, 1957.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. Salvador: Inimá, 2000; Petrópolis: Vozes, 2002.

MEYER, Marlyse. **Folhetim**: uma história. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

MOREIRA, Sonia Virginia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.

MOREIRA LEITE, Dante. **O caráter nacional brasileiro**. São Paulo: Pioneira, 1971.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e história**. São Paulo: Vilipress, 2001.

MOURA, Claudia (Ed.). **História das relações públicas**. Porto Alegre: Edipurs, 2008.

NEVES, Lucia Maria Bastos; MOREL, Marco; FERREIRA, Tânia. (Org.). **Histórias e imprensa, representações culturais e práticas de poder**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

NOYA PINTO, Virgilio. História, juventude e comunicações. **Revista da Escola de Comunicações Culturais**, São Paulo, USP, n. 1, p. 173-182, 1967.

_____. **História da comunicação no Brasil – I e II**. São Paulo: ECA/USP, Editoria de Textos, 1970. Apostila do Curso de Estudo de Problemas Brasileiros.

_____. **Comunicação e cultura brasileira**. São Paulo: Ática, 1986.

_____. História e imagem, metamorfoses. **Comunicação & Educação**, 10, São Paulo, Moderna, p. 15-23, 1997.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A propaganda antiga**. São Paulo: Pioneira, 1974.

PFROMM NETTO, Samuel. **Telas que ensinam**. Campinas: Alínea, 1998.

PRADO JR., Caio. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1942.

RABELO, Genival. **Os tempos heróicos da propaganda**. Rio de Janeiro: PN, 1956.

_____. **O capital estrangeiro na imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

RAMOS, Ricardo. **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: ECA/USP, 1972.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Kosmos, 1946. São Paulo: IMESP, 1988.

RODRIGUES, José Honório. **A pesquisa histórica no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Nacional, 1969a.

_____. **Teoria da história do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Nacional, 1969b.

_____. **História e historiografia**. Petrópolis: Vozes, 1970.

SÁ, Adisia. **O jornalista brasileiro**. Fortaleza: FENAJ, 1999.

SAMPAIO, Mário Ferraz. **História do rádio e da televisão no Brasil**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SARTORI, Luis Carlos. **Rádio nacional, o Brasil em sintonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

SCHAFF, Adam. **Introdução à semântica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

SEGISMUNDO, Fernando. **Imprensa brasileira**: vultos e problemas. Rio de Janeiro: Alba, 1962.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora**. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

_____. **O que se deve ler para conhecer o Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

_____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008. cap. 19.

TEOBALDO, Cândido. **Panorama histórico das relações públicas**. São Paulo: ECA/USP, 1972.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: do gramofone ao rádio e televisão. São Paulo: Ática, 1981.

TRAVASSOS, Mário. **Introdução à geografia das comunicações brasileiras**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1942.

VIANNY, Alex. **Uma introdução ao cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: MEC, 1959.

CAPÍTULO 3

OFENSIVA PARA RENOVAR OS ESTUDOS REGIONAIS DE ECONOMIA POLÍTICA

1 MARCO CONSENSUAL

Mostra-se consensual entre os estudiosos da economia política da comunicação o reconhecimento de César Bolaño como animador contemporâneo desse segmento das ciências da comunicação no Brasil. Logo após sua formação como jornalista e economista em universidades paulistas, ele vem integrando, desde os anos 1980, a equipe de pesquisadores da Faculdade de Economia da Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde fundou o Núcleo de Economia Política da Comunicação e da Informação, dali irradiando projetos de análises e reflexões que fariam eco em outras universidades brasileiras.

Lamentavelmente, os atuais estudiosos nordestinos de comunicação não se sentiam muito atraídos por essa perspectiva de análise, que encontraria maior acolhida em universidades do Sul e do Sudeste. A realização do I Seminário Alagoano de Economia Política da Comunicação, em Maceió, 2010, e a acolhida dada por Aracaju, Sergipe, ao congresso nacional da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC), também em 2010, representam sinais alentadores, reforçando o filão regional dos pesquisadores dessa interdisciplina.

Com a intenção de descortinar suas raízes históricas, procurei demonstrar que tal iniciativa fora precedida por ensaios que remontam ao começo do século XX, alguns deles protagonizados por intelectuais nordestinos (MARQUES DE MELO, 2010, p. 65-82). Tenho agora a oportunidade de contextualizar tais antecedentes. Estribado em minhas próprias reminiscências dessas atividades desbravadoras da Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC), foi necessário resgatar as influências marxistas que estão evidentes em suas raízes epistemológicas.

2 DEFASAGEM HISTÓRICA

Durante as primeiras décadas do século XX, os estudos de comunicação foram monitorados pelas ciências do comportamento, que buscavam compreender as motivações dos atos interativos por meio dos quais os indivíduos trocam significados e os grupos humanos cimentam a vida em comunidade. Justamente pelo viés psicossocial, tais pesquisas revelaram-se insuficientes para explicar situações tão complexas, ensejando especulações, suscitando dúvidas, endossando receios, despertando controvérsias.

Mas a segunda metade do século foi próspera em contribuições teóricas e metodológicas provenientes das ciências da sociedade. Tanto a sociologia política quanto a antropologia cultural forneceram contribuições fundamentais, principalmente pelas equipes interdisciplinares que analisaram os fenômenos comunicacionais em função de objetivos estratégicos, quer na Europa, quer na América (MARQUES DE MELO, 2003a).

Disciplina-fronteira, a EPC configurou-se academicamente no fim do século XX, embora variáveis econômicas tenham sido focalizadas, pelos cientistas sociais, desde muito antes, na elucidação dos fenômenos midiáticos. Existe, portanto uma defasagem histórica entre o "campo" acadêmico e o "objeto" de pesquisa.

3 LINHAS DE PENSAMENTO

A verdade é que as dimensões econômicas permaneceram opacas até que os arautos da aceleração desenvolvimentista, no período pós-guerra, lançam suas teses, tão polêmicas quanto sedutoras, destinadas a converter as novas tecnologias de comunicação em alavancas da modernização das sociedades periféricas.

Tais ideias embutiam uma espécie de Plano Marshall terceiro-mundista, merecendo reflexões cautelosas por parte de economistas latino-americanos, como foi o caso de Raúl Prebisch, dirigente da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal). Em documento amplamente disseminado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), ele questionou a relação causal entre comunicação e desenvolvimento (MARQUES DE MELO, 1998).

Como campo de estudos, a EPC constitui espaço aberto para incursões das diferentes correntes de pensamento, inclusive o marxismo. Assim sendo, existem outras aproximações econômicas aos fenômenos comunicacionais, fundamentadas em premissas não dialéticas.

Talvez como recurso didático, possamos identificar duas linhas de pensamento no âmbito da EPC: uma "pragmática", catalizando as abordagens mais sintonizadas com a preservação do sistema econômico hegemônico na sociedade; e outra "crítica", mais preocupada em problematizar as estruturas vigentes, quase sempre inspiradas ou influenciadas pelo marxismo.

Foi essa segunda vertente a que prosperou na International Association for Media and Communication Research (IAMCR) abrigada e fortalecida na seção denominada *Political Economy*, reflexo da concepção dominante no nascedouro da comunidade mundial de ciências da comunicação, em que o conhecimento comunicacional estava subordinado às disciplinas das ciências sociais. Além dessa seção, outras foram instaladas pelos fundadores da nossa associação científica: *Social Psicology*, *Law*, *History* etc.

A seção de Economia Política foi sendo pouco a pouco ocupada por estudiosos norte-americanos, próximos ou identificados com o marxismo, que acabaram por exercer uma hegemonia legitimada. Estiveram sucessivamente na vanguarda desse espaço até agora três figuras marcantes na disciplina, catalizadoras da simpatia das novas gerações: Dallas Smythe, Vicent Mosco e Janet Wasco. Pesquisadores como Herbert Schiller, Bernard Miége, Peter Golding, Fernando Perrone participaram ocasionalmente dos seus debates.

Foi por influência de Fernando Perrone, brasileiro então exilado na França, que frequentei inicialmente esse grupo. Apesar de filiado à IAMCR desde fins da década de 1960, somente passei a frequentar seus congressos bienais em 1988, por razões conjunturais.[1]

Minha aproximação a essa corrente se fez empaticamente, permitindo resgatar as incursões não conscientes que empreendera à EPC durante a minha formação intelectual em Alagoas, Pernambuco. Isso ocorreu no início dos anos 1960, quando despertei para as questões sociais, na fase de transição do colégio à universidade. Por isso mesmo, quero dar um testemunho das minhas investidas na seara do marxismo, o que me conduziu a explorações precoces no âmbito da EPC.

Trata-se de desviar o fluxo da narrativa, dando-lhe um viés autobiográfico, que possivelmente servirá como estímulo aos jovens de hoje, céticos ou confusos diante do dever cidadão de participar e influir na esfera pública.

4 ECONOMIA POLÍTICA

As portas da Economia Política me foram abertas pelo intelectual alagoano que se tornou figura lendária na Faculdade de Direito da então Universidade do Recife, o cientista social Arnóbio Graça.

Catedrático dessa disciplina fundada em Pernambuco por Alfredo Freyre, pai de Gilberto, mais conhecido como o "solitário de Apipucos", Arnóbio Graça ficou aureolado por sua entrada na Faculdade de Direito. Nela, Arnóbio ingressou pelo mérito. Então, persistia na universidade brasileira o instituto do nepotismo. Seu concurso de cátedra repercutiu intensamente na universidade, destacando-o como um dos poucos professores aberto ao diálogo na faculdade, sendo incluído entre os raros docentes alinhados à esquerda, no período pós-guerra.

Não cheguei a assistir suas aulas, mas comprei e li seu manual de economia política, a bíblia da matéria, segundo meus colegas de turma. Afastado da cátedra por motivos de saúde, suas aulas vinham sendo ministradas por jovens doutores, recém-chegados da

1. Processado pelo Decreto nº 477, em 1972, e demitido sumariamente da minha Cátedra de Jornalismo na Universidade de São Paulo (USP), fiquei impedido de representar o Brasil em congressos internacionais. Essa interdição perdurou até 1979, quando a lei da anistia restituiu meus direitos acadêmicos.

Europa, entre eles Germano Coelho e Vamireh Chacon. A leitura do livro eu a fiz na conturbação do primeiro mês de aulas, em certo sentido atormentado pela sua vacilação entre dois humanismos: o marxista e o cristão.

Quando Vamireh assumiu as aulas, depois de retornar de viagem de estudos ao país dos ianques, o ambiente se desanuviou. Jovem e ambicioso intelectual pertencente à elite pernambucana, ele compensava sua inabilidade retórica com seminários, trabalhos de campo e, sobretudo, com estímulo às polêmicas. Essa última característica ele a herdou do catedrático enfermo.

Em seu livro de memórias precoces *O poço do passado* (1984), Vamireh destaca essa prática pedagógica de Arnóbio Graça: "Arnóbio gostava de incentivar o debate. Certa vez, acabou em pugilato, diante dele, impassível e sarcástico. Mas habitualmente afável e acessível". (p. 130).

Chacon, aliás, é bastante evasivo, a propósito da influência recebida de Arnóbio Graça, durante sua formação acadêmica, limitando-se a registrar o itinerário heterodoxo que ele percorreu com seus companheiros de geração.

> As ciências sociais vinham a nós primeiro por Arnóbio Graça, querendo compatibilizar, no dilema da sua época, o neocorporativismo dollfussiano de Otmar Spann (...) com Werner Sombart, fronteiriços do socialismo porém condescendentes com as direitas alemãs. (p. 134).

Explicando as circunstâncias, acrescenta: "Arnóbio fora integralista (...) em companhia de colegas estudantes. Todos jornalistas, alguns depois convertidos às esquerdas". (p. 134).

Com a morte de Arnóbio Graça, seu assistente Vamireh Chacon assume a regência da Cátedra de Economia Política. Foi justamente por seu intermédio que me informei amplamente sobre as variantes do marxismo, entrando em contato com as ideias de Gramsci e Adorno, então praticamente desconhecidas no Brasil.

Vamireh também me apresentou a dois economistas situados no universo marxista – Paul Baran e Paulo Sweezy –, motivando-me, quando me iniciava na pesquisa em comunicação para traduzir o clássico ensaio *Comentários sobre o tema da propaganda,* publicado na revista *Comunicações & Problemas* (1968).

Este é o meu atestado de ingresso no campo da EPC. Nesse período, influenciado pelos economistas da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) e da Cepal defronto-me com as teorias da dependência, que ofereceram bom pretexto para o estudo da comunicação no contexto socioeconômico, hoje reconhecido como "pensamento crítico", para a constituição do qual a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) jogou papel decisivo no Brasil.

5 PRECURSORES NORDESTINOS

Antes disso, vale a pena anotar que diante das demandas que me antepuseram recentemente Cesar Bolaño e Valério Brittos, solicitando prefácios para livros publicados pela Economia Política das Telecomunicações, Informação e Comunicação (EPTIC), senti necessidade de fazer uma revisão bibliográfica para identificar os precursores dessa disciplina no Brasil. Tive, então, a grata surpresa de constatar que coube a dois nordestinos o papel de pioneiros dessa corrente de pensamento: o pernambucano Barbosa Lima Sobrinho e o alagoano Costa Rego.

As reflexões precursoras de autoria de Barbosa Lima Sobrinho (1923) estão em sua obra clássica *O problema da imprensa*, que contém um capítulo específico, denominado "O industrialismo na imprensa", argumentando que o jornalismo deixou de ser um "sacerdócio" para se converter em "negócio".

Embora reconheça que o Brasil ainda não havia chegado a esse estágio, marchando naquela direção, o jovem Barbosa Lima Sobrinho mostra "como é limitado o campo de ação do jornalismo", em nosso país, pois faltava público aos jornais, cujas tiragens não ultrapassavam 80 mil exemplares no Rio de Janeiro ou 20 mil em São Paulo.

Não se pode dizer, absolutamente, que o pensamento econômico do ousado Barbosa Lima Sobrinho encaixa-se no ideário marxista, ainda que ele tenha consultado fontes dessa natureza. Idêntica é a situação de outros pensadores da mesma época, como veremos a seguir.

Na mesma linha eclética, Costa Rego (1929) escancara, em tom indignado, as entranhas da imprensa alagoana, dependente de "subvenções" do governo estadual para sobreviver, ora "bajulando" – se bem aquinhoada –, ora "chantageando" – quando carente de subsídio dos cofres públicos.

6 CENÁRIO FORÂNEO

A conjuntura posterior à Revolução Cubana (1959) foi marcada pela circulação das ideias desenvolvimentistas patrocinadas pela Aliança para o Progresso, contra as quais se insurgiu a teoria da dependência inspirada por Raul Prebisch (Cepal). Tal corrente de pensamento motiva reflexões perplexas, como as enfeixadas no meu livro *Comunicação, opinião, desenvolvimento* (1971), posteriormente aprofundadas na obra *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação* (1976) e sistematizadas no ensaio sobre comunicação, desenvolvimento e crise na América Latina, escrito a pedido de Fred Casmir (1991), organizador da antologia *Communication in Development*.

Mas, o terreno propício para desocultar o lado econômico da comunicação foi indiscutivelmente cultivado pela Intercom. Nesse ambiente pluralista e solidário

germinará o grupo que se aglutinaria em torno da "economia política", gerando a corrente intelectual hoje conhecida pela sigla EPTIC. A *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, publicada semestralmente pela Intercom, serviu como câmara de eco para as teses embrionárias de César Bolaño, cuja primeira aparição está consubstanciada no artigo *A questão da publicidade de televisão no Brasil* (BOLAÑO, 1987), precedente ao já citado artigo sobre o enfoque neoshumpeteriano (1991).

Na sequência, a revista da Intercom abriu suas páginas para divulgar as ideias do seu parceiro intelectual Alain Herscovici (1992), bem como o estudo conjunto destinado a comparar os "agentes comunicacionais da Europa ocidental e da América do Sul" (BOLAÑO; HERSCOVICI, 1993).

A essa dupla se agregariam oportunamente Valério Brittos, Edgard Rebouças, Marcio Wholers, Sergio Caparelli, Murilo César Ramos, Suzy dos Santos, Fernando Matos e outros pesquisadores nacionais, formando o coletivo EPTIC, que adotou cidadania latina e pretende dialogar com os grupos similares atuantes em outros países.

O marco teórico desse movimento intelectual encontra-se documentado no ensaio recém-escrito por Bolaño (2008), onde procura explicitar uma "taxonomia das indústrias culturais". Situando historicamente os "pais fundadores" da EPC – Baran e Sweezy, Smythe e Schiller – e resgatando as contribuições de Raymond Williams, ele faz referência aos quadros de análise propostos em *Economia política da internet* (BOLAÑO *et al*., 2007), "para considerar a situação atual, de convergência tecnológica e organização em rede da produção, distribuição, troca e consumo de bens culturais e de comunicação".

7 OFENSIVA SERGIPANA

Como interlocutor crítico desses autores, César Bolaño buscou complementar sua formação acadêmica guiado pela experiência de Liana Aureliano, concretizando sua inserção no grupo de economistas pós-cepalinos da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), responsável pela revisão crítica da economia brasileira à luz dos postulados marxistas. O jovem pesquisador começa a vislumbrar um território fascinante, em que a teoria da comunicação e a economia política se entrecruzam dinamicamente.

Descendente de imigrantes galegos e diplomado em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da USP, César Bolaño migra para o campo da Economia, fazendo mestrado e doutorado na UNICAMP no instituto liderado academicamente por João Manuel Cardoso de Mello, Luiz Gonzaga Beluzzo e Maria da Conceição Tavares. Posteriormente, incorpora-se ao corpo docente da UFS, onde cria o Observatório de Economia e Comunicação.

Sua dissertação de mestrado, defendida em 1986, sobre a trilha econômica que a televisão percorre no tardio capitalismo brasileiro ofereceu evidências do tirocínio cultivado para entender criticamente a transição do veículo. Inicialmente nutrido por anunciantes locais ou regionais, o crescimento da indústria televisiva decorre da amplitude nacional assumida na esteira da modernização tecnológica, propiciando a formação de redes financiadas por empresas de grande porte, inclusive transnacionais. Convertido em livro sob o título *Mercado brasileiro de televisão* (1988), esse trabalho dá sequência ao debate iniciado na revista da Intercom,[2] constituindo o passaporte que o habilita a estabelecer pontes entre os campos da Comunicação e da Economia, no Brasil e na América Latina.

Percebe-se, nessa produção embrionária, que Bolaño não se restringe aos conceitos-chave difundidos por Smythe, Schiller, Mattelart e outros pensadores, mas exercita sua própria reflexão sobre as indústrias de bens simbólicos no capitalismo periférico, tomando o caso brasileiro como objeto privilegiado, exatamente pelo papel crucial que nele desempenha o Estado.

Ao publicar, em 2000, sua tese doutoral, César exibe atestado de maturidade intelectual, confirmando a posição de liderança assumida na Comunidade Brasileira de Ciências da Comunicação. O grupo de trabalho que ele cria e desenvolve no âmbito da Intercom constitui um espaço singular para a interlocução entre economistas e comunicólogos, tanto assim que mereceu o Prêmio Luiz Beltrão 2003, na categoria de "grupo inovador". Mas, àquela altura, sua equipe já vislumbrava espaços mais amplos, fortalecida pela extensão latino-americana que a conduziu ao continente latino-europeu, formando uma nova rede internacional, sob o título de ULEPICC.

O fortalecimento meteórico dessa microcomunidade acadêmica se explica pela adoção de duas estratégias institucionais: *i*) a publicação de uma revista eletrônica, onde os seus integrantes publicam os resultados das pesquisas realizadas, debatendo temas relevantes da atualidade; *ii*) a manutenção de uma coleção de livros, em formatos impresso e digital, constituindo a Biblioteca EPTIC, à qual pertence a coletânea *Comunicação e a crítica da economia política* (2008).

Não tenho dúvida de que a liderança exercida consensualmente por César Bolaño, ancorado em território sergipano, sai fortalecida dos embates conjunturais, embora ele próprio tenha consciência das lacunas persistentes na disciplina. Tanto assim que não hesita em convocar seus companheiros de jornada utópica para aprofundar o debate epistemológico entre as correntes do "pensamento marxista" com a intenção de desvendar as singularidades do "pensamento crítico latino-americano".

2. Editor da *Revista Brasileira de Comunicação* em meados dos anos 1980, Bolaño ascende academicamente na Intercom, associação em que veio a ocupar o cargo de vice-presidente.

REFERÊNCIAS

BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. Comentários sobre o tema da propaganda. **Comunicações & Problemas**, Recife, ICINFORM, v. III, n. 2/3, p. 67-76, 1968.

BOLAÑO, César. A questão da publicidade de televisão no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano X, n. 56, p. 52-68, 1987.

_____. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: Editora UFS, 1988.

_____. O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XIV, n. 65, p. 38-48, 1991.

_____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

_____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. 2. ed. rev. São Paulo: Hucitec/Polis, 2004a.

_____. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: EDUC; Aracaju: Editora UFS, 2004b. p. 19-27. Apresentação.

_____. Desafios da economia política da informação, da comunicação e da cultura frente às inovações tecnológicas e à mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano. *In*: CONGRESSO DA UNIÃO LATINA DE ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA (ULEPICC), 6., México, 2007.

_____. **Taxonomia das indústrias culturais**: notas sobre a gênese e a história da economia política da comunicação e da cultura. Brasília, 2008. Mimeografado.

_____. **Comunicação e a crítica da economia política**. Aracaju: Editora UFS, 2008.

BOLAÑO, César (Org.). **Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação**. São Paulo: Intercom, 1995.

_____. **Privatização das telecomunicações na Europa e na América Latina**. Aracaju: Editora UFS, 1997.

_____. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

_____. **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2007.

BOLAÑO, César; HERSCOVICI, Alain. Estratégias comparadas dos agentes da comunicação na Europa Ocidental e no sul da América latina. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XVI, n. 1, p. 112-119, 1993.

BOLAÑO, César; MASTRINI, Gullermo (Org.). **Globalización y monopólios de la comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Biblos, 1999.

BOLAÑO, César; MASTRINI, Gullermo; SIERRA, Francisco (Ed.). **Economia Política, Comunicación y Conocimiento**. Buenos Aires: La Crujia, 2005.

BOLAÑO, César e*t al*. **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2007.

BRANDÃO, Octavio. **Os intelectuais progressistas**. Rio de Janeiro: Simões, 1956.

_____. **Canais e lagoas**. 3. ed. Maceió: Edufal, 2001.

_____. **O caminho**. 2. ed. Maceió: Edufal, 2007.

BRITTOS, Valério. Prefácio. *In*: BOLAÑOS, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: EDUC; Aracaju: Editora UFS, 2004. p. 9-14.

_____. **TV digital, economia política e democracia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010.

BRITTOS, Valério; BOLAÑOS, César. **Rede Globo**: 40 anos de poder. São Paulo: Paulus, 2005.

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

CASMIR, Fred (Org.). **Communication in Development**. New Jersey: Ablex, 1991.

CHACON, Vamireh. **O poço do passado**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.

COSTA REGO. Como foi que persegui a imprensa. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 1929. [Coletânea **Águas passadas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952. p. 174-193].

GARNHAM, Nicholas. Contribución a una economia política de la comunicación de masas. *In*: MORAGAS, Miquel de. **Sociologia de la comunicación de masas**. Barcelona: Gustavo Gili, 1994. p. 108-140 (Escuelas y Autores, v. I).

GRAÇA, Arnóbio. **Princípios de economia política**. São Paulo: Saraiva, 1949.

_____. **Ciências econômicas e sociais**. São Paulo: Saraiva, 1953.

HERSCOVICI, Alain. Televisão brasileira: a realidade inacabada. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XV, n. 2, p. 46-55, 1992.

JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: EDUFBA, 2004.

KONDER, Leandro. **Intelectuais brasileiros & marxismo**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1991.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. **O problema da imprensa**. Rio de Janeiro: José Álvaro Editor, 1923.

_____. Imprensa, nacionalismo e desenvolvimento. *In*: MARQUES DE MELO, José (Org.). **Imprensa & Desenvolvimento**. São Paulo: ECA/USP, 1984. p. 181-193.

MARQUES DE MELO, José (Org.). **Comunicação social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

MARQUES DE MELO, José (Coord). **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Teoria e pesquisa em comunicação, panorama latino-americano**. São Paulo: Cortez, 1983.

_____. **Comunicação na América Latina**: desenvolvimento e crise. Campinas: Papirus, 1989.

MARQUES DE MELO, José. **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.

_____. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985.

_____. Communication, development and crisis in Latin América. *In*: CASMIR, Fred (Ed.). **Communication in development**. Norwood: Ablex, 1990. p. 203-226.

_____. **Teoria da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003a.

_____. **História social da imprensa**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003b.

_____. **Os caminhos cruzados da comunicação**: política, economia e cultura. São Paulo: Paulus, 2010.

MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaria; LINS DA SILVA, José Eduardo (Org.). **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth. **Communication and Class Struggle**. New York: IG, 1979.

MIÉGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000a.

_____. **Les industries du contenu face à l´ordre informationnel**. Grenoble: PUG, 2000b.

_____. **L´information**: communication, objet de connaissance. Bruxelles: De Boeck, 2004.

RUBIM, Albino. **Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 1995.

SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis: Vozes, 1976.

CAPÍTULO 4

ASSIMILAÇÃO DO MARXISMO PARA ESTIMULAR O PENSAMENTO CRÍTICO

1 AS IDEIAS

Filósofo alemão, nascido em 1818, Karl Marx tem ascendência judaica, mas escapou aos rigores da doutrinação habitual nas famílias israelitas. Graduado em Direito, sua formação acadêmica foi realizada na Universidade de Berlim, em uma época em que o hegelianismo se convertera em filosofia oficial.

Sem refluir à corrente dominante, que proclamava a racionalidade do Estado moderno como ideal civilizatório, Marx alinha-se à esquerda hegeliana, defendendo a transformação do próprio Estado para melhor servir o bem comum. Ele entende que a crítica de Hegel não ultrapassa o plano abstrato do discurso, reivindicando ação concreta, capaz de fortalecer a luta contra a opressão dos povos modernos, para emancipar a humanidade e livrá-la de todas as formas de alienação.

Sua meta era fazer carreira universitária, mas logo se desilude dessa pretensão, trabalhando como articulista na imprensa regional, onde defende ideias contra-hegemônicas, inclusive combatendo a mordaça à imprensa. Mas a escalada da censura prussiana motiva o exílio da vanguarda hegeliana de esquerda em Paris, projetando lançar uma revista política, denominada *Anais franco-alemães*.

Convidado a coeditar essa revista, Karl Marx migra para a França, onde se encontra com Friedrich Engels, com o qual estabelece uma duradoura parceria intelectual. Dela resulta a publicação do *Manifesto comunista*, símbolo de uma profícua obra filosófica que seduziria discípulos em todo o mundo. Aí está a matriz da corrente de pensamento rotulada como Marxismo, abarcando exegeses as mais singulares que refletem o interesse suscitado pelas ideias seminais dos seus fundadores, no tempo e no espaço.

O *Dicionário de política* de Bobbio (2008, p. 738) define o Marxismo da seguinte forma:

> Entende-se por Marxismo o conjunto das idéias, dos conceitos, das teses, das teorias, das propostas de metodologia científica e da estratégia política e, em geral, a concepção do mundo, da vida social e política, consideradas como um corpo homogêneo de proposições até constituir uma verdadeira e autêntica doutrina, que se podem deduzir das obras de Karl Marx e de Friedrich Engels.

2 AS FONTES

Para situar o Marxismo no contexto brasileiro, temos hoje um acervo de fontes genuínas, disponível aos estudiosos da comunicação. Vale a pena tomar como ponto de referência o livro de Konder (1974) e a antologia selecionada por Gianotti (1974). A inserção do Marxismo no panorama do pensamento brasileiro está dimensionada historicamente na obra mais abrangente de Cruz Costa (1966) e no ensaio específico de Chacon (1965).

Farta e diversa, a bibliografia brasileira inclui traduções feitas pelos intelectuais alinhados a essa corrente de pensamento. Para contato preliminar dos jovens ainda não familiarizados com essa fortuna crítica, são recomendáveis duas fontes complementares: a seletiva coletânea sociológica organizada por Ianni (1979) e a alentada antologia histórica preparada por Fernandes (1983).

Como o Marxismo assumiu fisionomia multifacetada, torna-se indispensável, para seu conhecimento, percorrer a trajetória dos segmentos mais representativos. O histórico-soviético está documentado nos livros compilados por Sodré (1968a, 1968b). O ocidental-europeu foi resgatado por Merquior (1987) em texto instigante, escrito originalmente para leitores ingleses (1985) e traduzido para o português.

O diálogo de pensadores brasileiros com os intérpretes contemporâneos de Marx demonstra pluralidade, oferecendo pistas surpreendentes, por exemplo, a contenda anotada por Prado Jr. (1971) e os devaneios sugeridos por Romano (1985).

Após a ruína do socialismo real, tem sido recorrente a proclamação da morte do Marxismo. Afinal de contas, por que tem sentido continuar debatendo o legado de Marx e Engels, perguntaram Konder, Cerqueira Filho e Figueiredo. As respostas dos que aceitaram intervir nesse debate foram reunidas no volume *Por que Marx* (KONDER, 1983). Entretanto, a mais erudita contribuição a essa polêmica adveio de Gianotti (2000). Trata-se de fonte essencial para quem pretende aprofundar o conhecimento do Marxismo no século XXI, que pode ser precedido pela leitura do seu livro biográfico Gianotti (2009).

3 A DIFUSÃO

Karl Marx esboçou suas ideias sobre o Estado, a propriedade e as classes sociais em 1843, mas só as tornou públicas em 1859, quando circulou seu Prefácio à obra *Para uma crítica da economia política*, em que relata toda sua trajetória intelectual, explicitando sua crítica ao pensamento de Hegel. Pois bem, não demorou muito que essas teses chegassem ao Brasil.

Quem teve o mérito de conhecê-las e difundi-las foi Tobias Barreto, que já em 1871 fazia referência aos estudos de autoria do filósofo alemão. Contudo, somente

em 1877, em seu *Discurso em mangas de camisa*, proferido na fundação do Clube Popular de Escada, o filósofo sergipano explica o conceito de *luta de classes*, enunciado por Marx na reflexão dedicada à *miséria da filosofia*.

Em sua memória da saga protagonizada por *Anarquistas e comunistas no Brasil* o historiador Dulles Jr. (1977, p. 21-22) contextualiza a repercussão desse pioneirismo.

> Quase ninguém discute que o primeiro artigo publicado sobre o marxismo estampado na imprensa brasileira apareceu em 1871, na cidade do Recife, famosa por sua importante Faculdade de Direito e pela longa tradição de estreitos laços com a Europa. (...) Em 1883, Tobias Barreto, catedrático da Faculdade de Direito do Recife, interessado sempre nas idéias propagadas na Alemanha, fez um discurso – de colação de grau – que se costuma citar como a primeira oportunidade em que um brasileiro se referiu a Karl Marx e sua obra O Capital. Quatro aos mais tarde, escrevendo em Estudos Alemães, Barreto declarava ser Marx o mais ousado pensador do século XIX, no domínio da ciência econômica.

O itinerário das ideias marxistas no Brasil foi reconstituído minuciosamente por Chacon (1965, p. 265-293).

Esses "primeiros ecos do Marxismo" correspondem na teoria da comunicação científica àquela etapa da "disseminação", o que significa que ficaram restritas à elite culta. Somente em 1902, quando circulou a versão definitiva do manifesto socialista que mobilizou o movimento proletário em nosso país, seus autores vão parafrasear Marx e Engels, terminando com: *Proletários de todo o Brasil, uni-vos*!

Começa justamente aí a nova etapa brasileira da difusão do Marxismo, ou seja, sua "divulgação". Coube ao também sergipano Silvério Fontes, médico radicado em Santos (SP), a iniciativa de popularizar em território nacional o ideário de Marx, Engels e seus continuadores.

Quem leva a cabo essa missão é o farmacêutico alagoano Octávio Brandão, fundador do Partido Comunista no Brasil, em 1922. O autor traduz e publica, em 1923, o *Manifesto comunista* e logo depois sintetiza os postulados do Marxismo em seu livro *Agrarismo e industrialismo* (1926). Mas a tarefa de maior envergadura seria realizada pela imprensa proletária, capitaneada pelo partido liderado por Astrogildo Pereira. Sua pujança e suas fragilidades merecem o seguinte comentário de Dulles Jr. (1977, p. 23):

> Para auxiliar a convencer os trabalhadores, existia a imprensa proletária – uma enorme quantidade de periódicos (...). Eram particularmente numerosos no Rio de Janeiro e em São Paulo, as duas cidades a apresentarem maior índice de desenvolvimento industrial no país.

4 A TEORIZAÇÃO

Tem sido rica e diversificada a contribuição do Marxismo às ciências da comunicação. Resgatei essa corrente de pensamento quando discuti no meu livro *Comunicação social: teoria e pesquisa* (1970) o conceito marxista de comunicação. Demonstrei que a compreensão do fenômeno comunicacional, pela ótica do materialismo dialético, fundamenta-se na relação entre trabalho e linguagem, variável essencial para o entendimento dos atos humanos de interação simbólica. Consultei, nessa ocasião, as fontes disponíveis, particularmente os escritos seminais de Marx e Engels e as exegeses feitas por marxistas de linhas distintas, desde os russos (Lênin e Afanassiev), até os pensadores ocidentais, como Adam Schaff e Leôncio Basbaum.

Esse último, brasileiro, legou uma instigante reflexão que fundamenta o conceito histórico de comunicação. Basbaum, em seu livro *História e consciência social* (1967), defende a tese de que a comunicação representa um fator de equilíbrio da vida em sociedade, neutralizando o ímpeto bélico dos homens, na medida em que instaura o diálogo e pode conduzir ao entendimento entre comunidades ou nações em conflito.

Mas quem aplicou sistematicamente as categorias do Marxismo para compreender os fenômenos comunicacionais no Brasil foi o historiador Nelson Werneck Sodré, como evidenciei inicialmente no meu livro *História social da imprensa* (MARQUES DE MELO, 2003b), documentando-os de modo amplo no recente livro *História política das ciências da comunicação* (2008).

De qualquer maneira, para os interessados em avançar no tratamento que os marxismos vêm dando ao processo comunicacional, não existe melhor fonte de referência que o inventário feito por Mattelart e Siegelaub (1979). Trata-se de uma exaustiva e competente revisão da literatura sobre a questão, com a vantagem de incluir excertos dos textos e adotar uma visão sintonizada com a perspectiva mundial do conhecimento, evitando a convencional redução ao "modelo ocidental". Quero dizer que os autores incluem não apenas obras de pensadores anglófonos, teutos, franco-italianos, mas adicionam textos de outras geografias, não esquecendo as contribuições da periferia, tanto africana quanto latino-americana.

Trata-se de antologia fundamentada no exaustivo inventário das fontes realizado por Seth Siegelaub na série *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, em três volumes, publicados sob a forma de fascículos no período 1972-1979, pelo International Mass Media Research Center (IMMRC), em New York. A obra cobre o período 1842-1974, com propósito nitidamente *político*, considerando a "importância crescente da comunicação na definição dos conteúdos e nos rumos das lutas futuras".

Outra fonte de estudos, não propriamente marxista, mas naquele sentido ecumênico que o "pensamento crítico" (MIÉGE, 2000) vem incorporando, pouco a pouco, é a *Antologia de comunicación para el cambio social* (2008), originalmente publicada em inglês, tendo como organizadores intelectuais o boliviano Alfonso Gomuncio e o dinamarquês Thomas Tufte. Foram selecionados textos oriundos principalmente de países do terceiro mundo, entre eles os brasileiros Paulo Freire, Luiz Beltrão, Augusto Boal, José Marques de Melo e Cicília Peruzzo.

Da bibliografia brasileira, pode também ser útil a consulta ao livro Rubim (1995), onde existem referências às questões comunicacionais no bojo das políticas culturais do histórico Partido Comunista Brasileiro (PCB). Igual consulta pode ser feita também ao livro de Konder (1991).

5 A INICIAÇÃO

Quem me introduziu ao Marxismo foi o intelectual que, muito cedo, integrou a diáspora caeté nos centros metropolitanos deste país. Banido do território alagoano por "delito" ideológico, o jovem Octávio Brandão exerceu uma influência inestimável na juventude da primeira metade do século XX. Sua ausência involuntária da província onde nasceu estimulava os jovens de então, criando um fascínio e um interesse inusitado pelas suas ideias progressistas.

Nosso primeiro contato se deu por meio do seu livro mítico *Canais e lagoas*, publicado em 1919, no Rio de Janeiro. Esta obra arrebatou corações e mentes dos alagoanos convictos da nossa identidade, cujos brios foram enaltecidos pelo jovem cientista ao comprovar a existência de petróleo em Alagoas.

Sua leitura me deixou com água na boca. Vasculhando alfarrábios, defrontei-me com um exemplar do romance épico *O caminho*, publicado também no Rio de Janeiro, em 1950. Li sofregamente o itinerário novelesco percorrido pela humanidade até o despertar das massas. Trata-se de uma reconstituição da própria experiência do autor como militante político, que descobre o ideário marxista, abraçando-o de corpo e alma.

Chegando a Recife, em 1960, procurei abastecer-me de conhecimento sobre a matéria nas bibliotecas públicas. Concomitantemente, integrei-me ao movimento estudantil, fonte inesgotável de dados e valores sobre o cenário nacional e internacional.

Não escapei das aulas de doutrinação propiciadas pela juventude comunista, daquela época, valendo-me dos manuais de filosofia de Georges Politzer e de economia da Academia de Ciências da URSS.

Mas me senti gratificado, logo a seguir, com os cursos de introdução ao Marxismo, ministrados, quase clandestinamente, nos bastidores do Teatro Santa

Isabel, por iniciativa do então diretor, Joacir Castro. Meus mestres foram o militante Apolônio de Carvalho, aureolado como veterano da guerra civil espanhola e da resistência francesa e o teórico Jacob Gorender, intelectual pertencente ao comitê central do antigo PCB. Comecei a desvendar melhor o cipoal cognitivo tecido pelos exegetas de Karl Marx.

6 O APRENDIZADO

Mas foi na universidade que avaliei melhor os conteúdos – imanente e transcendente – do Marxismo. Quem ofereceu pistas essenciais para suprir minhas lacunas teóricas foi Vamireh Chacon, meu professor de economia política na Faculdade de Direito, cujas aulas acompanhei com interesse durante todo o ano de 1961.

As portas da economia política me haviam sido abertas por outro alagoano, menos emblemático do que Octávio Brandão, mas figura lendária da Faculdade de Direito da então Universidade do Recife, o cientista social Arnóbio Graça. A este singular intelectual fiz referências no capítulo 3 deste livro.

Como já esclareci, nem sequer cheguei a assistir suas aulas, mas comprei e li seu *Manual de economia política*, cuja leitura eu fiz em certo sentido atormentado pela sua vacilação entre os humanismos: o marxista e o cristão.

Com a morte de Arnóbio Graça, seu assistente Vamireh Chacon assume a regência da cátedra de economia política. Quando me iniciava na pesquisa em comunicação Chacon me apresentou a dois economistas situados no universo marxista – Paul Baran e Paulo Sweezy –, motivando-me para traduzir o clássico ensaio *Comentários sobre o tema da propaganda*, acolhido por Luiz Beltrão e publicado na revista *Comunicações & Problemas*.

7 AS MATRIZES

Incluídos como pais-fundadores da Economia Política da Educação (EPC), Baran e Sweezy estão ao lado de Smythe, Schiller e Raaymind Williams no resgate histórico feito por Bolaño (2008).

Esse rico filão de estudo, valorizando a importância da Economia para a compreensão e a gestão dos processos comunicacionais, não configura, entretanto, um campo acadêmico com a mesma identidade que assume a linha de pesquisa aglutinada sob a liderança de Dallas Smythe no âmbito da International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Esse grupo lança uma plataforma investigativa a partir da crítica de Karl Marx à economia política no capitalismo, formulando hipóteses e desvendando problemas vigentes na promissora indústria de bens simbólicos, cujo traço mais evidente é a face transnacional e cujo enigma desafiador continua a ser a vocação imperialista.

Trata-se de questões exploradas de forma paradigmática pelo belga Armand Mattelart e pelo estadunidense Herbert Schiller, cujas teses chegam cedo ao Brasil, ainda nos anos 1970-1980, mas que só iriam motivar pesquisas avançadas na década de 1990, quando César Bolaño funda o Grupo de Trabalho de Economia Política da Comunicação no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Mesmo ainda não reivindicando o monopólio da "crítica", a economia política da comunicação começa a despontar entre nós naquele exato momento em que circulou o clássico ensaio de Paul Baran e Paul Sweezy (MARQUES DE MELO, 1968). Essas teses seriam retomadas mais tarde e discutidas, na essência, por Bolaño (1987), no artigo sobre *A questão da publicidade de televisão no Brasil*.

O campo só germina com a matriz marxista, quando aparece no mercado o livro de Schiller (1976), em que o autor deu sequência às ideias esboçadas por Dallas Smythe, com quem conviveu durante breve período na Universidade de Illinois, nos anos 1960. Tanto assim que o canadense foi convidado a prefaciar essa obra de estreia do autor, lançada em inglês, em 1971, e depois traduzida concomitantemente para o português e o espanhol. Aqui, sua tradução foi feita competentemente por Tereza Lucia Halliday.[1]

Marco mais abrangente seria fincado por Armand Mattelart, depois da profícua jornada latino-americana.[2] Naquela ocasião, ainda sob inspiração althusseriana, ele realiza instigante observação sobre a ideologia do imperialismo cultural. Mas, no retorno ao espaço europeu, desenvolve ampla investigação sobre as entranhas do capitalismo midiático, revisando e aprofundando algumas premissas sugeridas por Smythe e Schiller. Evidências dessa inserção no território da economia política da comunicação, na idade da mundialização, estão contidas nos livros sobre a internacional publicitária, que precedem seu diálogo com a vanguarda acadêmica brasileira, iniciado em 1981, durante o ciclo de estudos sobre "hegemonia e contrainformação".

8 AS MEDIAÇÕES

César Bolaño[3] tem sido um dos interlocutores mais lúcidos desses autores. Jornalista que se integrou ao grupo de economistas pós-cepalinos da Universidade

1. Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), que se especializou em análise de discurso, naquela época realizando estudos de mestrado na Universidade de Wisconsin.

2. Armand Mattelart começou a despontar no cenário internacional no início dos anos 1970, quando trabalhou em universidades chilenas, na conjuntura marcada pela ascensão e queda de Salvador Allende. Ele adquire notoriedade por meio do livro escrito em parceria com Ariel Dorfman, *Para ler o Tio Patinhas*, uma denúncia vibrante do "colonialismo cultural" praticado pelos Estados Unidos na América Latina. Logo após o golpe militar liderado por Pinochet ele retorna à Europa, radicando-se na França.

3. Descendente de imigrantes galegos e diplomado em jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), César Bolaño migra para o campo da Economia, fazendo mestrado e doutorado, sob orientação de Liana Aureliano, no instituto liderado academicamente por João Manuel Cardoso de Mello, Luiz Gonzaga Beluzzo e Maria da Conceição Tavares. Posteriormente, incorpora-se ao corpo docente da Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde cria o Observatório de Economia e Comunicação.

Estadual de Campinas (UNICAMP), responsável pela revisão crítica da economia brasileira à luz dos postulados marxistas. O jovem galego-paulistano começou a vislumbrar um território fascinante, onde a teoria da comunicação e a economia política se entrecruzam dinamicamente.

Sua dissertação de mestrado sobre a trilha econômica que a televisão percorre no tardio capitalismo brasileiro ofereceu evidências do tirocínio cultivado para entender criticamente a transição do veículo. Inicialmente nutrido por anunciantes locais ou regionais, o crescimento da indústria televisiva decorre da amplitude nacional assumida na esteira da modernização tecnológica, propiciando a formação de redes financiadas por empresas de grande porte, inclusive transnacionais. Convertido em livro sob o título de *Mercado brasileiro de televisão* (BOLAÑO, 1988), esse trabalho dá sequência ao debate iniciado na revista da Intercom,[4] constituindo o passaporte que o habilita para estabelecer pontes entre os campos da Comunicação e da Economia, no Brasil e na América Latina.

Percebe-se, nessa produção embrionária, que Bolaño não se restringe aos conceitos-chave difundidos por Smythe, Schiller, Mattelart e outros pensadores, mas exercita sua própria reflexão sobre as indústrias de bens simbólicos no capitalismo periférico, tomando o caso brasileiro como objeto privilegiado, exatamente pelo papel crucial que nele desempenha o Estado.

Ao publicar sua tese doutoral, Bolaño (2000) exibe atestado de maturidade intelectual, confirmando a posição de liderança assumida na comunidade brasileira de ciências da comunicação. O grupo de trabalho que ele cria e desenvolve no âmbito da Intercom constitui um espaço singular para a interlocução entre economistas e comunicólogos, tanto assim que mereceu o Prêmio Luiz Beltrão 2003, na categoria de "grupo inovador". Mas, àquela altura, sua equipe já vislumbrava espaços mais amplos, fortalecida pela extensão latino-americana que a conduziu ao continente latino-europeu, formando uma nova rede internacional, sob o título de União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC).

O fortalecimento meteórico dessa microcomunidade acadêmica se explica pela adoção de duas estratégias institucionais: 1) a publicação de uma revista eletrônica, em que seus integrantes difundem os resultados das pesquisas realizadas, debatendo temas relevantes da atualidade; e 2) a manutenção de uma coleção de livros, em formatos impresso e digital, constituindo a Biblioteca de Economia Política das Telecomunicações, Informação e Comunicação (EPTIC), à qual pertence a coletânea *Comunicação e a crítica da economia política* (Aracaju, Editora UFS, 2008).

4. Editor da *Revista Brasileira de Comunicação* em meados dos anos 1980, Bolaño ascende academicamente na Intercom, associação em que veio a ocupar o cargo de vice-presidente.

9 AS LUTAS ACADÊMICAS

Pretendendo fomentar o diálogo entre a economia política e outras áreas de conhecimento que transitam pelo campo comunicacional, o referido livro foi concebido para iluminar as controvérsias e imprecisões que assolam esta disciplina-fronteira, ou melhor, esclarecendo o verdadeiro objeto da EPC.

Para tanto, César Bolaño convida representantes de áreas situadas no mesmo universo cognitivo para participar da *luta epistemológica pela reconstrução do campo crítico da comunicação*. A convocatória reúne desde os estudos culturais à exegese da mídia alternativa, passando pela ciência da informação e pelas tecnologias da comunicação, ate chegar à educomunicação e ao direito de propriedade intelectual.

Como estímulo a esse colóquio, Bolaño propõe o resgate das ideias esboçadas por Raymond Williams no primeiro capítulo de *Marxismo e literatura*, tendo como cenário a obra clássica de Antonio Gramsci, *Os intelectuais e a organização da cultura*.

Contribuindo para o debate, tomo a liberdade de sugerir que tal releitura se faça de modo cruzado, incluindo as teses contidas em obras de intelectuais "mestiços", sobretudo *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana* de José Carlos Mariategui, *Crítica impura* do brasileiro Astrojildo Pereira ou *Os intelectuais progressistas* do também brasileiro Octávio Brandão.

Não tenho dúvida de que o debate epistemológico entre as correntes do "pensamento marxista" pode contribuir decisivamente para desvendar as singularidades do "pensamento crítico latino-americano".

REFERÊNCIAS

ACADEMIA DE CIÊNCIAS DA URSS. Instituto de Economia. **Manual de Economia Política**. Rio de Janeiro: Vitória, 1961. Tradução de Jacob Gorender e Josué Almeida.

BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. Comentários sobre o tema da propaganda. **Comunicações & Problemas**, Recife, ICINFORM, v. II1, n. 2-3, p. 67-76, 1968.

BASBAUM, Leôncio. **História e consciência social**. São Paulo: Fulgor, 1967.

BOLAÑO, César. A questão da publicidade de televisão no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano X, n. 56, p. 52-68, 1987.

_____. Mercado brasileiro de televisão. Aracaju: Editora UFS, 1988.

_____. BOLAÑO, César. O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XIV, n. 65, p. 38-48, 1991.

_____. **Privatização das telecomunicações na Europa e na América Latina**. Aracaju: EDUFS,1997.

_____. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

_____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000. [2. ed., 2004].

_____. Desafios da economia política da informação, da comunicação e da cultura frente às inovações tecnológicas e à mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano. *In*: CONGRESSO DA UNIÃO LATINA DE ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA (ULEPICC), 6. México, 2007a.

_____. **Economia política da internet**. Aracaju: EDUFS, 2007b.

_____. **Taxonomia das indústrias culturais**: notas sobre a gênese e a história da economia política da comunicação e da cultura. Brasília, 2008. Mimeografado.

BOLAÑO, César (Org.). **Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação**. São Paulo: Intercom, 1995.

BOLAÑO, César; HERSCOVICI, Alain. Estratégias comparadas dos agentes da comunicação na Europa Ocidental e no sul da América latina. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XVI, n. 1, p. 112-119, 1993.

BOLAÑO, César; MASTRINI, Guilhermo (Org.). **Globalización y monopólios de la comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Biblos, 1999.

BOLAÑO, César; MASTRINI, Guilhermo; SIERRA, Francisco (Org.). **Economia Política, Comunicación y Conocimiento**. Buenos Aires: La Crujia, 2005.

BOBBIO, Norberto. **O dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008. v. 2.

BRANDÃO, Octávio. **Agrarismo e industrialismo**, Rio de janeiro: Fritz Meyer, 1926.

_____. **Os intelectuais progressistas**. Rio de janeiro: Simões, 1956.

_____. **Canais e lagoas**. 3. ed. Maceió: Edufal, 2001.

_____. **O caminho**. 2. ed. Maceió: Edufal, 2007.

BRITTOS, Valério Cruz. Prefácio. *In*: BOLAÑOS, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: Educ, 2004. p. 9-14.

_____. **TV digital, economia política e democracia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑOS, César. **Rede globo, 40 anos de poder**. São Paulo: Paulus, 2005.

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

CHACON, Vamireh. **História das idéias socialistas no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

_____. **O poço do passado**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.

COSTA REGO. Como foi que persegui a imprensa. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 1929. [Posteriormente incluída na coletânea *Águas passadas*, Rio de Janeiro, José Olympio, 1952. p. 174-193].

CRUZ COSTA, João. **Contribuição à história das idéias no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

DULLES JR., John Foster. **Anarquistas e comunistas no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.

FERNANDES, Florestan. **Marx, Engels**. São Paulo: Ática, 1983.

GARNHAM, Nicholas. Contribución a una economia política de la comunicación de masas. *In*: MORAGAS, Miquel de. Sociologia de la comunicación de masas. **Escuelas y Autores**, Barcelona, Gustavo Gili, v. I, p. 108-140, 1994.

GIANOTTI, José Arthur. **Marx**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

_____. **Certa herança marxista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. **Marx, além do marxismo**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

GOMUNCIO, Alfonso; TUFTE, Thomas. **Antologia de comunicación para el cambio social**. La Paz: Plural Editores, 2008.

GRAÇA, Arnóbio. **Princípios de economia política**. São Paulo: Saraiva, 1949.

_____. **Ciências econômicas e sociais**. São Paulo: Saraiva, 1953.

HERSCOVICI, Alain. Televisão Brasileira: a realidade inacabada. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, ano XV, n. 2, p. 46-55, 1992.

IANNI, Octávio. **Marx**. São Paulo: Ática, 1979.

JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: EDUFBA, 2004.

KONDER, Leandro. **Marx, vida e obra**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

_____. **Por que Marx**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

_____. **Intelectuais brasileiros & marxismo**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1991.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. **O problema da imprensa**. Rio de Janeiro: José Álvaro Editor, 1923.

_____. Imprensa, nacionalismo e desenvolvimento. *In*: MARQUES DE MELO, José (Org.). **Imprensa & desenvolvimento**. São Paulo: ECA/USP, 1984. p. 181-193.

MARQUES DE MELO, José. Comentários sobre o tema da propaganda. **Comunicações & Problemas**, Recife, ICINFORM, n. 8-9, 1968.

_____. **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez 1980.

_____. **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.

_____. **Teoria e pesquisa em comunicação, panorama latino-americano**. São Paulo: Cortez, 1983.

_____. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985.

_____. **Comunicação na América Latina, desenvolvimento e crise**. Campinas: Papirus, 1989.

_____. Communication, development and crisis in Latin América. *In*: CASMIR, Fred (Ed.). **Communication in development**. Norwood: Ablex, 1990. p. 203-226.

_____. **Teoria da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003a.

_____. **História social da imprensa**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003b.

_____. **Os caminhos cruzados da comunicação**: política, economia e cultura. Sao Paulo: Paulus, 2010.

MARQUES DE MELO, José (Org.). **Comunicação social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

MARQUES DE MELO, José; FADUL, Ana Maria; LINS DA SILVA, Carlos (Org.). **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth. **Communication and class struggle**. New York: IG; Paris: IMMRC, 1979.

MERQUIOR, José Guilherme. **Marxismo ocidental**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

MIÉGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. **Les industries du contenu face à l´ordre informationnel**. Grenoble: PUG, 2000.

_____. **L´information**: communication, objet de connaissance. Bruxelles: De Boeck, 2004.

PRADO JR., Caio. **O estruturalismo de Lévi-Strauss e o Marxismo de Louis Althusser**. São Paulo: Brasiliense, 1971.

ROMANO, Roberto. **Corpo e cristal**: Marx romântico. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1985.

RUBIM, Albino. **Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 1995.

SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis: Vozes, 1976.

SIEGELAUB, Seth. **Marxism and the Mass Media**: towards a basic bibliography. New York: IMMRC, n. 1-3, 1978.

_____. **Marxism and the Mass Media**: towards a basic bibliography. New York: IMMRC, n. 4-5, 1979.

_____. **Marxism and the Mass Media**: towards a basic bibliography. New York, IMMRC, n. 6-7, 1980.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Fundamentos do materialismo histórico**. Rio de Janeiro, 1968a.

_____. **Fundamentos do materialismo dialético**. Rio de Janeiro, 1968b.

CAPÍTULO 5

O INTERNACIONALISMO ACADÊMICO DE ARTHUR RAMOS

1 INTRODUÇÃO

O fascínio que nutri, na adolescência intelectual, pela obra de Arthur Ramos gerou uma dívida acadêmica que pretendia quitar escrevendo um ensaio sobre o pensamento comunicacional do emblemático alagoano. Tinha a expectativa de reconstruir analiticamente o percurso cognitivo que empreendi por meio da enciclopédia geocultural por ele tecida em Ramos (1943) e obras correlatas dos anos 1940, focalizando as culturas europeias e não europeias que plasmaram a sociedade brasileira. Pretendia completar esse relato com a interpretação das observações destinadas a entender os fenômenos midiáticos do seu tempo, já que os textos mencionados atinham-se, no meu modo de ver, aos processos folkcomunicacionais. Ou seja, aqueles que estão na matriz da nossa miscigenação, originando os tipos raciais mestiços que povoam o espaço nacional, como o mulato, o caboclo e o cafuzo.

Adiado, mas não esquecido, esse projeto foi reativado quando recebi convocação da professora Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros para participar de uma coletânea interdisciplinar sobre as ideias de Arthur Ramos. De qualquer maneira, meu débito havia sido aliviado pelo reconhecimento às contribuições relevantes do autor ao universo comunicacional, repassadas aos meus alunos de jornalismo da Universidade de São Paulo (USP). Evidência disso é a inclusão do seu texto: *A imprensa como objeto de estudo da psicologia social* na antologia que organizei sob o título *Jornalismo como disciplina científica* (MARQUES DE MELO, 1970), publicação restrita aos estudantes matriculados na cadeira de jornalismo comparado.

Sinalizei a difusão desse reconhecimento, apontando o pioneirismo de Arthur Ramos ao usar jornais e revistas como fontes das ciências sociais no livro *Estudos de jornalismo comparado* (MARQUES DE MELO, 1972, p. 38-39), texto a seguir transcrito:

> A primeira tentativa de realizar estudos psicossociais, tomando a imprensa como fonte de informação, deve-se a Arthur Ramos, em 1935/36, na antiga Universidade do Distrito Federal.
>
> Catedrático de Psicologia Social daquela Universidade, Arthur Ramos iniciou com seus alunos um trabalho prático nesse sentido – o da tabulagem e contagem das seções, por centímetros, de um grande diário carioca, e o estudo e classificação do vocabulário encontrado.
>
> Justificando a significação científica de uma pesquisa dessa natureza, dizia o ilustre alagoano: Do ponto de vista psicossocial esta distribuição, a percentagem respectiva

> das notícias, o vocabulário empregado, o número de palavras... refletem os vários aspectos da vida, dos interesses, das tendências, das atitudes e da opinião do público.

Na sequência, indicava os psicólogos que acompanharam seus passos metodológicos: Aniela Meyer Ginsberg, Pedro Parafita Bessa e Ecléa Bosi. Essa lista cresce consideravelmente ao tomarmos como ponto de referência não o uso da imprensa como fonte de pesquisa, mas o interesse da psicologia pela comunicação de massa. Quem o fez com amplitude, realçando o pioneirismo do autor, foi o psicólogo Pfromm Netto (1972, p. 43-44).

> Introdução à Psicologia Social de Arthur Ramos parece ser o primeiro livro publicado no Brasil a consagrar capítulos aos MCM, sob os títulos Opinião Pública e Censura e Propaganda. Nas últimas décadas, aumentou significativamente o número de estudos brasileiros ligados a diferentes aspectos psicológicos e pedagógicos dos MCM.

Nem isolado, nem atípico, o comportamento de Arthur Ramos denota semelhança com as atitudes dos seus companheiros do movimento escolanovista, também conhecidos como pioneiros da corrente que vem lutando pela escola pública e gratuita em território nacional. São educadores que não alimentaram preconceitos em relação aos meios de comunicação de massa, nem tampouco se mostraram deslumbrados com suas potencialidades. Encararam criticamente a mídia, tomando-a como fonte de pesquisa, para compreender suas repercussões no organismo social. Entre eles, destacam-se Anísio Teixeira e Fernando de Azevedo, ambos preocupados em desvendar o impacto da imprensa, do rádio, da televisão e do cinema no comportamento coletivo, bem como na formação da opinião pública.

Por isso mesmo, exegetas da obra de Arthur Ramos não hesitam em dizer que ele perfilava o tipo de intelectual antenado, que "nunca deixou de inteirar-se da problemática científica do seu tempo" (GARCIA, 2001), legando às novas gerações uma autêntica "arqueologia do saber" (ANDRADE; CONCEIÇÃO, 2009).

Mas há quem o veja menos contemplativo, situando-o no patamar dos intelectuais engajados, pois "suas preocupações levam-no para muito além" da burocracia universitária. Envolvendo-se "nas lutas políticas do seu tempo", contribuiu para solucionar conflitos. Batalhando pela "dignidade do homem", sua meta era transformar o cotidiano das minorias excluídas, cuja "vida miserável" lhe causava amargura (BARROS, 2000).

2 VERTENTES COMUNICACIONAIS

É bem verdade que alguns intérpretes de sua produção antropológica reclamam o "silêncio" que marcou sua geração no entendimento das "motivações" daquele episódio batizado como "operação xangô". Trata-se da "perseguição sofrida pelas casas de culto de Maceió em 1912", resultando em uma mutação do ritual assumido pelos terreiros de candomblé.

Ao focalizar o "não dito na obra de Arthur Ramos", o cientista social Ulisses Neves Rafael (2009) agenda questão relevante, a merecer atenção dos pesquisadores de folkcomunicação.

Suscitado explicitamente por René Ribeiro, em seu prefácio à reedição do livro de Arthur Ramos (1988), o "silenciamento" do autor convida à exploração de um traço comunicacional típico do xangô alagoano. Aliás, a questão já havia sido formulada por Gonçales Fernandes (1941), sendo retomada por Maggie (1975) e Reis (1988).

Embora não pretenda "negar a riqueza ontológica" e tampouco desconsiderar a "inestimável capacidade intelectual" de Arthur Ramos, o professor sergipano generaliza sua crítica ao "silêncio que pairou sobre os xangôs de Alagoas", atribuindo-a a toda a intelectualidade alagoana, que no seu ponto de vista "não dedicou ao assunto a atenção que ele merecia".

Independentemente das implicações teóricas aí contidas, a discussão do problema remete ao campo comunicacional, convidando a uma exploração investigativa com dupla face: elucidar a natureza expressiva do "candomblé em silêncio" disseminado principalmente em território nordestino; e avaliar a apropriação metodológica da imprensa como fonte para o estudo dos fenômenos folkcomunicacionais.

No primeiro caso, trata-se de aprofundar as circunstâncias que determinaram a dissimulação das práticas religiosas, dando margem ao uso de instrumentos mais silenciosos, como, aliás, já havia sido observado por Reis (1988) em épocas precedentes. Essa "reelaboração" dos cultos, gerando uma modalidade de cerimonial "discreta e fechada" nos "xangôs rezados baixo" foi identificada por Fernandes (1941) como "sem música, sem exaltação efetiva da música dos encantados negros (...), num tom de reza ciciada".

No segundo caso, trata-se de refinar a metodologia empregada nos estudos calcados em dados oriundos da imprensa como fonte exclusiva ou essencial. Os críticos das pesquisas referentes ao negro mostram-se céticos ou desconfiados em relação à escolha dos jornais pesquisados. É o caso de Duarte (1974), citado por Rafael (2009) que desqualifica a fonte privilegiada por Arthur Ramos no estudo sobre os candomblés, rotulando-a como "reportagens imaginárias" publicadas pelo "jornal oposicionista" com intenções políticas evidentes.

Se o "não dito" no discurso de Arthur Ramos provoca reflexões de tal magnitude, o que foi "dito" em sua obra paradigmática pode instigar os jovens pesquisadores a percorrer trilhas singulares, dimensionando outras vertentes comunicacionais implícitas na sua rica produção que entrecruza os domínios da antropologia, sociologia e psicologia social. É justamente o que fazem Regina Andrade e Augusto Conceição da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), bem como Ronaldo Aurélio Gimenes Garcia da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).

Garcia (2001) propõe um estudo de natureza educomunicacional, tendo como objeto as experiências desenvolvidas pelo serviço de higiene mental, chefiado por Arthur Ramos no Rio de Janeiro, na década de 1930. Defendendo a tese de que "o meio é o elemento decisivo, que molda o comportamento das pessoas", sua meta na referida instituição era "ajustar a criança ao seu meio". Contudo, operando em uma "sociedade em péssimas condições materiais, como a brasileira naquele período", eram nulos os efeitos de um serviço de higiene mental, cujo trabalho se inviabilizava ao "tentar amoldar os indivíduos miseráveis, em uma forma de sociedade em crise".

Por sua vez, Andrade e Conceição (2009) sugerem a releitura folkcomunicacional do conceito de "inconsciente folclórico" de Arthur Ramos como alavanca para a solução do "dilema brasileiro", o que pressupõe a "reconciliação da nação com o seu povo". Trata-se de questão também suscitada pelo criador da folkcomunicação como disciplina científica, Luiz Beltrão. Ainda que em tempos distintos – Ramos no período 1930-1950 e Beltrão no período 1960-1980 –, ambos estão preocupados e comprometidos com "a construção do Brasil como uma nação moderna", cujo requisito é o "reconhecimento de que os grupos de excluídos como o negro, os índios e os novos grupos de migrantes europeus possuíam uma cultura", sendo capazes de "contribuir para a formação do espírito nacional".

3 CONEXÕES INTERNACIONAIS

Embora curta, marcada por 46 anos de vida (1903-1949), a trajetória de Arthur Ramos caracterizou-se por quatro períodos bem definidos.

A primeira fase (1903-1919) foi desfrutada entre Pilar, onde nasceu, e Maceió, onde fez os estudos básicos.

A segunda (1920-1933) teve como cenário a cidade de Salvador, onde completou sua formação acadêmica e principiou a carreira profissional como médico psiquiatra.

A terceira vai se dar na então capital federal, Rio de Janeiro, onde atingiu a culminância da sua carreira, atuando em medicina, mas enveredando pelas ciências sociais, cuja aproximação já se dera em Salvador, em parceria com Nina Rodrigues.

A última fase (1940-1950) corresponde à projeção internacional que adquiriu por mérito, principiando na Louisianna (Estados Unidos), onde trabalhou como professor visitante, para terminar gloriosamente em Paris (França), metrópole que testemunhou sua morte repentina, em pleno exercício de função diplomática. Foi exatamente como diretor do Departamento de Ciências Sociais da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) que Arthur Ramos prestou inestimável contribuição ao campo da comunicação, ainda que não tenha sobrevivido para vivenciá-la.

Sua passagem pela Unesco foi meteórica, mas primou pela intensidade. Seu programa de trabalho revolucionou o perfil institucional desse organismo intergovernamental, desencadeando iniciativas de longo alcance, como exemplificaremos a seguir.

Depois de tomar posse, em agosto de 1949, Arthur Ramos participou da Conferência Geral da Unesco, em Paris, onde apresentou e defendeu as linhas mestras do programa do seu departamento para o próximo biênio, incluindo ações duradouras que se projetaram até o fim da década de 1950.

O jornal *Correio da Unesco* (1949) destaca as principais metas articuladas por Arthur Ramos para o biênio seguinte, todas elas comprometidas com os "problemas específicos do homem".

Entretanto, seu foco de realizações consiste em inventariar criticamente as condições de vida e as culturas dos "povos não europeus", justificando com o argumento de que pretendia trabalhar "não só com o cérebro, mas também com o coração".

Para lograr os resultados desejados, ele reivindica a alocação de recursos suficientes para estudar os problemas decorrentes da "assimilação e aculturação dos povos indígenas e dos negros no Novo Mundo". A intenção implícita situa-se no âmbito da comunicação cultural, comparando o simbolismo dessas "massas atrasadas" com os valores dominantes cultivados pela "civilização europeia".

Essa lucidez que Arthur Ramos demonstra em relação à conjuntura em que vivia no pós-guerra o induz naturalmente a compreender as estratégias de comunicação que a Unesco estabelece para o uso da mídia nos processos de desenvolvimento. Uma das principais diretrizes aprovadas pela Conferência de Paris (1949) sinaliza em direção à transparência que o novo organismo das Nações Unidas deveria manter administrativamente. O diretor geral nomeado, Jaime Torres Bodet, "mostra um ansioso desejo de evitar a edificação de um muro administrativo entre o organismo e as massas." (CORREIO DA UNESCO, 1949).

Tanto assim que toma providências para realizar projetos de divulgação das atividades da Unesco capitaneadas por uma agência de informação, cujas diretrizes foram elaboradas por um grupo de trabalho integrado por três funcionários do alto escalão, entre eles o recém-empossado diretor do departamento de ciências sociais, Arthur Ramos. Essa força-tarefa recomenda explicitamente otimizar os recursos disponíveis para melhorar os contatos institucionais com o grande público, não se limitando à imprensa, mas também explorando as potencialidades do rádio.

Não obstante, a missão específica do funcionário brasileiro é a de implementar medidas destinadas a circular mundialmente o conhecimento acumulado no âmbito das ciências sociais. Como agilizar projeto de tal envergadura? A estratégia pensada por Arthur Ramos confere papel decisivo à formação de uma comunidade internacional de ciências sociais, promovendo o diálogo entre economistas,

sociólogos, cientistas políticos e psicólogos sociais. A estes foram se incorporando os novos campos do saber legitimados pela instituição universitária, inclusive as ciências da comunicação.

Depois de estruturar a Associação Internacional de Economia, cuja presidência foi confiada pela Unesco ao economista Schumpeter, Arthur Ramos empenha-se diretamente na criação da Associação Internacional de Sociologia, reunindo em Oslo, em setembro de 1949, as lideranças das principais universidades do mundo contemporâneo.

Dando continuidade a esse projeto, mesmo depois do falecimento do seu mentor, em outubro de 1949, a Unesco induziu a fundação de sociedades científicas mundiais em disciplinas emergentes. Este foi o caso da área de Comunicação, cuja comunidade global começou a ser fomentada a partir de 1949, quando a Unesco encomenda a Robert Desmond a elaboração de um dossiê sobre a formação de jornalistas, ao redor do mundo, identificando as lideranças intelectuais depois convidadas a se reunir em Paris. Em 1957, a Unesco, adotando a estratégia testada por Arthur Ramos para formar as comunidades internacionais de economia e de sociologia, patrocina a conferência responsável pela organização da International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Sua presidência seria ocupada inicialmente pelo cientista francês Fernand Terrou, sucedido pelo norte-americano Raymond Nixon.

Em meu livro *História política das ciências da comunicação* (2008, p. 22-23) resgato o contexto em que se deu a criação dessa entidade, de acordo com o plano de ação concebido por Arthur Ramos.

> A constituição da comunidade internacional, durante o pós-guerra, e a construção de um novo cenário mundial – a guerra fria – demandam conhecimentos sobre os processos comunicacionais... (...) Torna-se imprescindível aos líderes mundiais o monitoramento do fluxo mundial de notícias... (...) Nesse contexto, a Unesco empenha-se em criar condições para o fortalecimento das comunidades acadêmicas no âmbito das ciências sociais. (...) Em meados dos anos 50, intensifica-se a demanda por conhecimentos comunicacionais, na sua vertente midiática. Ela é correspondida, inicialmente, através de levantamentos documentais que possam subsidiar os debates dos delegados nacionais nas assembléias gerais da instituição. (...) Contudo, tal opção mostra-se insuficiente (...), havendo carência de estudos holísticos, prospectivos e comparativos. Nada mais adequado para lograr esse objetivo do que organizar a comunidade dos pesquisadores dos meios de comunicação, da mesma forma que já vinha ocorrendo com os sociólogos, antropólogos cientistas políticos.

Fica explícita, dessa maneira, a extensão do programa estratégico de Arthur Ramos para todo o campo das ciências sociais, beneficiando posteriormente disciplinas do saber aplicado, como é o caso da Comunicação.

4 CONCEITOS MIDIÁTICOS

A verdade é que, já na década de 1930, quando escreveu seu livro *Introdução à psicologia social,* um manual didático destinado aos estudantes da pioneira Universidade do Distrito Federal, Arthur Ramos tinha clareza sobre o papel da mídia na sociedade. Transparecia, nos capítulos referentes a opinião pública, censura e propaganda, seu pensamento comunicacional, melhor dizendo, seus conceitos midiáticos. Explicitá-los e comentá-los é que tentarei fazer, a seguir.

A releitura desse livro confirma a assertiva de que Arthur Ramos foi realmente um homem além do seu tempo. As lições esboçadas pelo autor correspondem a um autêntico manual de teoria da comunicação humana, cuja estrutura agrupa três áreas hoje florescentes no âmbito das ciências da comunicação: a primeira parte e a maioria dos capítulos da segunda parte conformam um tratado de introdução à comunicologia, descrevendo os elementos essenciais dos processos de interação humana que estão na raiz da vida em sociedade; os três capítulos finais da segunda parte sinalizam uma instigante iniciação à midiologia, naturalmente datada, tendo em vista que recolhe as peças do xadrez midiático pré-revolução ciberespacial; por sua vez, a última parte contém o roteiro para o desenvolvimento de uma metadisciplina como a comunicação comparada, fazendo a mediação crítica entre as ciências da comunicação e as ciências sociais.

No entanto, para cumprir a meta cogitada, vou me limitar à análise contextual dos itens midiológicos, ou seja, dos capítulos 12 e 13, que tratam especificamente do impacto psicossocial dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea. Trata-se de uma reconfiguração midiacêntrica dos recursos e estratégias que os agrupamentos humanos desenvolveram para fomentar a dinâmica cultural na sociedade de massas.

O que impressiona sensivelmente o leitor de hoje é a familiaridade do autor com obras e pensadores que embasaram as ciências da comunicação, então em processo de maturação acadêmica. Além dos humanistas europeus que anteciparam conceitos fundamentais para o desenvolvimento da teoria da comunicação como Tarde, Le Bon, Saussure ele demonstra empatia com os pragmáticos norte-americanos, como Dewey, Peirce, Park e até mesmo com empíricos históricos como Yve Lee e Walter Lippman, o primeiro considerado o fundador das Relações Públicas e o segundo proclamado como patrono da teoria crítica do Jornalismo. Incluem-se ainda exegetas eméritos como Cooley, Allport, Sapir, Kurt Lewin e Kimball Young.

Isso, sem desprezar os autores nacionais que fizeram incursões precoces no território comunicacional a partir de disciplinas humanísticas como Sílvio Romero, Nina Rodrigues, Lourenço Filho, Gilberto Freyre, Anísio Teixeira, Fernando de Azevedo, Djacir Menezes e Tristão de Ataíde.

Para discutir o fenômeno da opinião pública na sociedade contemporânea, Arthur Ramos faz o retrospecto histórico da comunicação humana, estabelecendo a distinção entre a sociedade das multidões e a sociedade dos públicos, acolhendo a periodização adotada pelo psicólogo francês Gabriel Tarde.

Enquanto as multidões conotaram processos de comunicação direta e presencial, face a face, perfilando experiências de grupos comunitários, típicos da antiguidade clássica e da idade média – assembleias de cidadãos ou corpos eleitorais, aglomerações em feiras ou peregrinações místicas – os públicos germinaram na fase posterior à imprensa, conformados por "grupos sem contato físico", intercambiando "pensamento à distância".

O "laço psicológico" que une os participantes de um público é justamente a "opinião", difundida pelos meios de comunicação de massa e formando as atitudes dos seus integrantes diante dos acontecimentos cotidianos.

A opinião pública configura-se, portanto, como processo psicossocial desencadeado pela mídia, resultante da "racionalização" que as pessoas fazem em torno da atualidade para determinar formas de agir. A ação individual é produto das "conversações" que os usuários midiáticos estabelecem nos "grupos primários" (vizinhança, clube, igreja, empresa etc.), sendo caudatária das "correntes de opinião" ecoadas por imprensa, rádio, televisão, cinema, internet.

Demonstrando sua familiaridade com os distintos processos de comunicação – seja nos grupos primários (mexericos, fofocas, boatos), seja nos grupos secundários (leitores de jornais, fãs de telenovelas, cibernautas) – Arthur Ramos anota informações factuais a propósito dos suportes tecnológicos que difundem as notícias e seus comentários, discutindo as respectivas potencialidades como formadores de opinião pública.

Dedica naturalmente mais atenção ao jornal diário do que ao cinema e ao rádio, revelando-se um intelectual gutembergiano. Nesse sentido, ele vislumbra o conteúdo jornalístico da imprensa como matéria-prima singular para a compreensão da qual suscita o interesse dos pesquisadores sociais.

Comparando o rádio e o cinema, o autor identifica nos filmes então projetados em salas especiais um "enorme" poder de sugestão. Sua percepção sobre o rádio é limitada, atribuindo-lhe "influência menor". O argumento sobre o "brando efeito psicológico" das emissões radiofônicas é o de que a audiência desse veículo é "descontínua". Por sua vez, o potencial cinematográfico é avaliado em função do "fator imitação-moda", ou seja, de sua capacidade de estandartizar emoções e gestos, "incutindo ideias, sugerindo ações".

Sintetizando, Arthur Ramos explica a "complexidade de intercomunicação psíquica" que paira sobre a "opinião pública". Vale a pena transcrever sua explicitação.

> Desde a conversação, que é um interestímulo face a face, até o jornal , e o rádio, que são intercomunicações do pensamento à distância", vemos como o público, e com ele a opinião, se alarga e se especializa. O público da conversa, limitado e local, se alargou, coexistindo nos mais remotos pontos do globo, quando lê a mesma notícia divulgada por agências internacionais, assiste ao mesmo filme fabricado em Hollywood, ou ouve a mesma poderosa estação de rádio. (RAMOS, 1936).

Esse é o gancho em que se apoia para proclamar a necessidade de "métodos especiais" de controle da opinião pública, tendo em vista o grande "poder" de que desfruta. Entre as alternativas de controle, avultam a censura (controle negativo) e a propaganda (controle positivo).

A censura vem sendo exercida, nos grupos primários, por meio dos fuxicos e mexericos, sempre que ocorre a "transgressão" dos costumes vigentes na comunidade. Sua força coercitiva advém da "introjeção" de mecanismos restritivos que, segundo a teoria freudiana do superego, inibem os infratores potenciais da violação das normas consuetudinárias da sociedade.

Tal controle negativo se desenvolve, nos grupos secundários, por meio da vigilância que os poderes instituídos exercitam para balizar o conteúdo da imprensa e demais suportes de difusão coletiva. Sua operacionalidade transparece por meio da autocensura, que implica adesão individual às normas estabelecidas, ou punição exemplar dos infratores coletivos, arbitrada pelas instâncias competentes, sempre que acionadas judicialmente.

Trata-se, em verdade, de formas de controle conflitivo, de natureza corretiva, situadas no polo da emissão. Configurando função preventiva, a sociedade moderna engendrou, por meio da propaganda, mecanismos positivos, sintonizadas com o polo da recepção.

Do ponto de vista psicológico, explica Arthur Ramos que a propaganda aciona a "imaginação criadora", em função da "fantasia", para suscitar nas pessoas a "vontade de crer" em "ideias, doutrinas, opiniões" antagônicas àquelas passíveis de censura.

Em síntese, a propaganda "influi sobre o caráter humano", neutralizando a "indiferença" para suscitar "desejo, atenção, simpatia e interesse" e conduzir à ação política, econômica ou cultural.

5 CONCLUSÃO

A análise dessa amostra do legado bibliográfico de Arthur Ramos não é suficiente para dimensionar a riqueza do seu pensamento comunicacional. Sendo por natureza uma produção datada, que reflete o estágio alcançado pela mídia na primeira metade do século XX, é compreensível que alguns aspectos mereçam discussão e atualização.

É o caso da compreensão segmentada da indústria midiática brasileira, que até os anos 1950 se caracterizava pela gestão isolada dos veículos difusores, induzindo o autor a contrapor um veículo ao outro, estimando seu impacto motivacional. Desde então, cristalizaram-se algumas concepções sobre a eficácia duradoura do cinema e a frugalidade e instantaneidade do rádio. Como Arthur Ramos começava a familiarizar-se com o estoque de conhecimentos disponíveis sobre os efeitos da mídia, entende-se a provisoriedade de suas assertivas. Se a fatalidade de sua morte não tivesse ocorrido em plena maturidade intelectual, certamente ele teria revisado suas hipóteses de trabalho e ajustado suas teses às evidências cristalizadas.

Em todo caso, a exploração casuística aqui empreendida pode significar um incentivo a outras aproximações que permitam completar o mosaico de suas contribuições à teoria da comunicação ou até mesmo a contextualização crítica de suas instigantes observações empíricas.

O diferencial existente nas incursões de Arthur Ramos pelo território comunicacional é a sua atitude despojada, sem os preconceitos e as resistências que marcaram a conduta de outros intelectuais do seu tempo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Regina; CONCEIÇÃO, Augusto. **O inconsciente folcklórico**: Arthur Ramos. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social/UERJ, 2009.

BARROS, Francisco Reinaldo Amorim. **Arthur Ramos**: ABC de Alagoas. Tomo II (G-Z), Brasília: Edições do Senado Federal, 2005. p. 448-450.

BARROS, Luitgarde Oliveira Cavalcanti. **As ciências sociais como instrumento de transformação**: Arthur Ramos e a Antropologia Aplicada. Rio de Janeiro: Departamento de Ciências Sociais/UERJ, 2000.

_____. **Arthur Ramos e as dinâmicas sociais de seu tempo**. 2. ed. Maceió: Edufal, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CORREIO DA UNESCO, v. II, n. 8, 1949.

DUARTE, Abelardo. **Catálogo ilustrado da Coleção Perseverança**. Maceió: Deca, 1974.

GARCIA, Ronaldo Aurélio Gimenes. **Arthur Ramos e os estudos sobre a criança problema**: Rio de Janeiro, 1930-1940. São Carlos: Programa de Pós-Graduação em Educação/UFSCar, 2001.

MAGGIE, Yvonne. **Guerra de Orixá**: um estudo de ritual e conflito. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo como disciplina científica**. São Paulo: Departamento de Jornalismo/USP, 1970.

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

_____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

PFROMM NETTO, Samuel. **Comunicação de massa**. São Paulo: Pioneira, 1972.

RAFAEL, Ulisses Neves. O não dito na obra de Arthur Ramos. **Sociedade e Estado**, Brasília, Editora Universidade de Brasília, v. 24, n. 2, 2009.

RAMOS, Arthur. **Introdução à psicologia social**. Rio de Janeiro: Casa do Estudante do Brasil, 1936. [4. ed., Florianópolis: Editora da UFSC, 2003].

_____. **Introdução à antropologia brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Casa do Estudante, 1943. v. I.

_____. **Introdução à antropologia brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Casa do Estudante, 1947. v. II.

_____. **O negro brasileiro**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1988.

REIS, João José. Magia jeje na Bahia: a invasão do calundu do pasto da cachoeira. **Revista de História**, São Paulo, v. 8, n. 16, 1988.

CAPÍTULO 6

O NACIONALISMO HISTORIOGRÁFICO DE NELSON WERNECK SODRÉ

1 HISTORIOGRAFIA RENOVADA

Autor de vasta e controvertida obra sobre a história do Brasil, o escritor Nelson Werneck Sodré trouxe valiosa contribuição à historiografia nacional. Por isso mesmo, sua obra deve ser reconhecida não apenas pela quantidade e variedade de estudos publicados, mas principalmente pela linha interpretativa que adotou: o materialismo dialético.

De formação militar, Sodré foi membro do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e pertenceu à equipe do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB), organismo criado durante o governo Kubitscheck para dar sustentação acadêmica às teses desenvolvimentistas e nacionalistas então vigentes. No ISEB, o general-historiador liderou uma equipe de jovens historiadores responsável pelo projeto da história nova do Brasil.

Era uma tentativa de revisão histórica nacional, segundo os princípios do marxismo-leninismo, aparentemente abortada pelo Golpe Militar de 1964, mas que exerceu influência decisiva nas recentes gerações de historiadores brasileiros.

Justamente nesse período de reconstituição histórica dos fenômenos singulares da sociedade brasileira, Sodré publicou seu clássico livro *História da imprensa no Brasil* (1966). Trata-se, sem dúvida alguma, da mais completa obra sobre o desenvolvimento da imprensa em nosso país, analisando-a desde a etapa colonial, passando pelo império e adentrando o período republicano, até a década de 1950.

2 IMPRENSA TARDIA

A instalação da imprensa no Brasil, por obra e graça da Corte de Dom João VI, transferida compulsoriamente para o Rio de Janeiro, em 1808, adquire conotação legendária, em certo sentido mítica.

Trata-se, em verdade, de fato histórico até hoje não suficientemente reconstituído, analisado e compreendido. Paira sobre ele uma névoa cognitiva, desafiando os investigadores das ciências da comunicação, particularmente do jornalismo.

Com esse impasse me deparei na alvorada da carreira acadêmica, quando fiz a iniciação nos meandros da história do Brasil para tentar elucidar uma das questões controversas da nossa história da imprensa. Os manuais adotados nessa disciplina convertiam a questão em uma espécie de axioma incontestável. A enunciação era mais ou menos a seguinte: a proibição da imprensa em

território brasileiro correspondia a uma estratégia do governo colonial para impedir que as tipografias difundissem ideias libertárias ou independentistas.

3 HEGEMONIA INTERPRETATIVA

A tese hegemônica na historiografia nacional foi assim descrita por Alfredo de Carvalho (1908), aclamado como a maior autoridade na matéria:

> Em todo o transcurso do período colonial não houve no Brasil, talvez manifestação de progresso a que a metrópole deixasse de corresponder com medidas proibitivas, ou providências vexatórias, ditadas por uma política suspicaz que antevia na prosperidade da vasta possessão americana a certeza da sua independência. Uma legislação, severa até a crueldade, regulava (...) toda a vida econômica e industrial, e a introdução de quaisquer melhoramentos nela imprevistos vinham prontamente embargar (...). Assim, a obstinada oposição ao estabelecimento da imprensa determinou (...) certas falhas da nossa construção sociogênica (...)

Dogma legitimado pela sociedade, essa interpretação política permaneceu inquestionável até meados do século XX, quando Sodré, em uma perspectiva marxista, publica sua alentada *História da imprensa no Brasil* (1966). A hipótese formulada é a de que o desenvolvimento da imprensa está atrelado ao desenvolvimento da sociedade capitalista, donde se inferia que a ausência da burguesia no Brasil explicava a implantação tardia da nossa imprensa.

Apesar de não argumentar suficientemente, Sodré ampliou a compreensão do fenômeno, introduzindo variáveis conjunturais. Quando seu livro apareceu, o historiador já se encontrava no ostracismo político, vítima da perseguição do governo militar que assumiu o poder em 1964, sendo essa obra quase ignorada pela academia (MARQUES DE MELO, 2008, p. 175-184).

4 DOGMA E CONTROVÉRSIA

A essa altura, eu me defrontava com uma opção acadêmica inadiável. Compulsoriamente inscrito no programa de doutorado da recém-fundada Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo (1967), precisava satisfazer uma exigência: definir o objeto da minha tese e apresentar o projeto de investigação correspondente.

A exaustiva revisão da literatura sobre a história da imprensa no Brasil, feita na ocasião, mostrou um panorama desolador. Tanto os textos publicados no Brasil quanto os circulantes em Portugal eram lacônicos e imprecisos sobre o episódio da repressão à nossa imprensa colonial. Tive a sensação de participar de um ensaio orquestral, em que os músicos repetem a mesma melodia, sem variação de tom. Quase todas essas obras careciam de evidências coletadas em fontes primárias.

Ungido pela aura de historiador paradigmático, que desvendara o enigma cronológico da tipografia holandesa do século XVII, pesquisando na Holanda a documentação disponível no Arquivo das Índias Ocidentais, Alfredo de Carvalho conquistou notoriedade e reconhecimento. Repetida com reverência, sua tese sobre o controle das atividades de impressão no Brasil viria a adquirir *status* de verdade nacional (MARQUES DE MELO, 2007, p. 145-151).

Com exceção do já referido livro de Sodré (1966), fundamentado na economia política, encontrei apenas uma fonte que não engrossava a corrente de natureza político legal. Trata-se do ensaio *O fenômeno do jornalístico na cultura brasileira*, de 1958, de autoria de Jobim (1992, p. 159-168), que alinhava um conjunto de variáveis culturais. Foi a partir dessa controvérsia que construí minha tese de doutorado, finalmente concluída em 1972 e defendida em 1973 na Universidade de São Paulo, sob o título de *Fatores sócio-culturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*.

Depois de examinar detidamente as fontes secundárias disponíveis, cotejando evidências empíricas e comparando argumentos exegéticos, conclui que a imprensa tardia brasileira foi produto de uma série de elementos estruturais e de circunstâncias conjunturais. Em síntese, convenci-me de que a ausência da imprensa em todo o nosso período colonial resultou menos de uma conspiração urdida pela corte lusitana, explicando-se pela persistência de fatores diversos que refletem o anacronismo das instituições que constituem nossa sociedade.

Em linguagem folhetinesca, limpei a barra de Portugal, matizando o papel que, no lado de cá do Atlântico, lhe tem sido atribuído como vilão responsável pela morte precoce da nossa imprensa, para demonstrar que o comportamento lusitano, na época, não fugiu ao padrão convencional do colonialismo europeu. Constatei dupla postura de Portugal enquanto potência colonizadora. Se por um lado não favorecera a instalação de prelos no Brasil, por outro lado apoiara a reintrodução da tipografia na Ásia, endossando o uso catequético em Macau e adjacências.

Minha linha de raciocínio era a seguinte: a imprensa funcionou, nos projetos coloniais, como instrumento de dominação cultural, injetando valores e atitudes nas colônias periféricas, sempre que isso era necessário. Onde os fatores socioculturais inibiam ou tornavam dispensável o uso da imprensa, esta foi postergada, minimizada, dificultada. O processo de difusão da cultura dominante foi realizado por meio de outros instrumentos, mais eficazes, como documentou fartamente o jornalista-historiador Carlos Rizzini (1988).

Mais adiante, quase em um fechar de olhos, a corte lusitana proclama indispensáveis os serviços da imprensa, ao se estabelecer no Rio de Janeiro. Assim, em 1808, os prelos foram imediatamente instalados, passando a funcionar a todo vapor.

E o fato absolutamente não favoreceu a nossa independência política, nem ameaçou a estabilidade do Império. Até mesmo porque a mão que liberou sua instalação foi a mesma que regulamentou a aplicação da censura prévia. Conclusão: nenhum meio de comunicação, inclusive a imprensa, tem o condão de mudar a realidade por si só, podendo acelerar as mudanças quando a sociedade amadureceu para desencadeá-las e sedimentá-las.

5 INDIFERENÇA SILENCIOSA

Antes do livro de Nelson Werneck Sodré, o conhecimento histórico sobre a imprensa brasileira era fragmentado, cobrindo períodos específicos ou limitando-se a inventariar os jornais e as revistas aqui editados. Por outro lado, ela inovou metodologicamente, contextualizando os episódios ligados ao cotidiano da imprensa e explicando-os segundo categorias típicas da análise marxista: modos de produção econômica, classes sociais, relações de poder etc.

Em se tratando de uma perspectiva que destoava em grande parte da historiografia oficial, o livro foi recebido com indiferença ou desconfiança por parte da crítica. Em certo sentido, pode-se dizer que a crítica o ignorou solenemente. O momento histórico da sua circulação – período compreendido entre o golpe de 1964 e o golpe-dentro-do-golpe de 1968 – tampouco era propício a manifestações dessa natureza.

Acostumado a merecer apreciações públicas sobre o seu trabalho, endossando-o ou contraditando-o, o autor experimentou um sentimento de mágoa diante do quase silêncio com que foi recebida sua história da imprensa. Ele expressa claramente essa sensação no livro de memórias em que reconstitui os fatos de 1966.

> No segundo semestre, apareceu a minha *História da imprensa no Brasil*. Há, realmente, e inexplicavelmente, livros de sorte e livros sem sorte. O meu pode ser catalogado entre estes: foi o mais trabalhoso, o mais demorado de quantos escrevi; (...) ao preparar o texto, nenhum me exigiu tanto trabalho. Pois bem, nada disso foi reconhecido. (...) O livro, além de tudo, muito grande, estava sendo vendido caro, numa fase de declínio acentuado do poder aquisitivo de nossa gente. (...) Tocando um problema que envolve grandes interesses, o livro se chocava com os proprietários de empresas jornalísticas, de sorte que não poderia esperar dos jornais que o elogiassem ou mesmo que a ele se referissem". (...) Lançado este, alcançou fraca repercussão no noticiário. (SODRÉ, 1994, p. 167-168).

No entanto, a indiferença em relação a este livro de Sodré não foi absoluta. Publicaram-se alguns comentários elogiosos, escritos por Jânio de Freitas, José Condé, Waldemar Cavalcanti. A única repercussão negativa apareceu no *Jornal do Brasil*; insinuando que o livro era produto de um plágio, dizia que a obra fora calcada em matéria anteriormente publicada naquele diário carioca. Sem dar nomes aos bois, mas com um toque de humor, Sodré também registra esse episódio em suas memórias:

> Não lhe faltou, apesar disso, aquela nota que faz parte da vida literária, é um de seus traços mais comuns e tropeço natural. Vai a pessoa pelo seu caminho, metida com os seus pensamentos, e sai-lhe um vira-lata atrás, mordendo-lhe o calcanhar. É assim com o escritor, depois que chega a certo nível. Assim acontece comigo, de vez em quando. E é evidente que, como no samba, resta apenas sacudir o pó da sola e seguir adiante. Um infeliz redator do *Jornal do Brasil* acusou-me de me ter apropriado de trabalho que fizera para edição comemorativa daquele matutino; julgava-se proprietário de fatos e de datas. Claro que isso é sempre bom sinal, esse ladrar destinado a chamar a atenção para quem ladra. (SODRÉ, 1994, p. 169).

Com o passar do tempo, Sodré dissipou o desencanto com o escasso impacto inicial provocado pelo livro. Ele registraria a boa acolhida observada no ano seguinte, tanto no país quanto no exterior. Expressaram reações positivas os paulistas Judas Isgorogota, Oswaldo Lopes de Brito e Iderval Garcia; e negativas o carioca Otto Engel. Mas houve duas manifestações que o comoveram. Um delas adveio do *brazilianist* Lawrence Thomas, que considerou seu livro como "*a definitive work*" sobre a história da imprensa brasileira. A outra foi uma carta recebida do jornalista brasileiro Fernando Segismundo, dirigente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), enaltecendo os méritos da sua pesquisa.

Quem acreditou no sucesso do livro, desde o início, foi o editor Ênio Silveira. Ele mandou fazer uma grande tiragem. Apesar de relativamente caro, o livro foi muito lido e discutido por toda uma geração que chegou ao jornalismo por meio da universidade. Estávamos na fase de criação das primeiras faculdades de comunicação social e a obra de Sodré logo foi incluída na bibliografia básica das cadeiras de história da imprensa.

Contudo, ao recomendar aos seus alunos a leitura daquele livro muitos professores se expuseram às perseguições então em voga durante o regime militar. Sodré foi incluído no *index* dos autores condenados pela ditadura. Isso não impediu que a obra continuasse a circular nos cursos de comunicação, constituindo uma fonte de referência para os pesquisadores da área. A periodização estabelecida por Sodré para o desenvolvimento da nossa imprensa – imprensa artesanal e imprensa industrial – ainda continua vigente, pois somente agora vislumbramos uma terceira fase: a imprensa digital.

6 PENSAMENTO COMUNICACIONAL

Pela importância que Nelson Werneck Sodré assumiu na fundamentação histórica da maioria dos trabalhos de pesquisa sobre a imprensa, realizados nas universidades nacionais, ele é considerado um autor-chave para a constituição do pensamento comunicacional brasileiro. Por isso mesmo, mereceu um perfil biográfico escrito pelo jovem professor Josias Ricardo Hack (1997).

O trabalho de Hack (1997) faz parte de uma série de narrativas biográficas que mestrandos e doutorandos da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) estão elaborando sobre os cientistas brasileiros da comunicação e sobre os pesquisadores das áreas conexas – como é o caso de Sodré, situado em disciplina-fronteira, a história – que contribuíram para aprofundar o conhecimento sobre o nosso campo acadêmico.

Para escrever o seu ensaio, Hack entrevistou o escritor Sodré, dele recebendo amável e eficiente colaboração. É bem possível que o historiador tenha acolhido o seu interesse como uma recompensa tardia (trinta anos depois) pela publicação do livro sobre a história da imprensa. De tal forma ele se dispôs a colaborar com o projeto que redigiu uma síntese autobiográfica.

Hoje incorporada ao Acervo da Escola Latino-Americana de Comunicação ela está disponível para consulta pública na Cátedra Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) de Comunicação, localizada no *campus* da UMESP, em São Bernardo do Campo.

7 AUTORRETRATO

Vale a pena transcrever a última parte desse documento, datado de 21 de abril de 1997. Ela contém o seu perfil intelectual. Foi escrita com a intenção de orientar os futuros historiadores da imprensa brasileira. Mas também como roteiro para os exegetas da sua produção historiográfica.

> Tornei-me escritor por vocação, provavelmente devido às grandes leituras que fiz desde a infância e que jamais cessaram. Comecei a escrever na revista *O Cruzeiro*, do Rio, com um conto premiado, em 1927. Em 1938, comecei a escrever, de forma sistemática, no *Correio Paulistano*, jornal editado em S. Paulo que chegou ao centenário, desaparecendo depois. Nele mantive, por vinte e cinco anos, rodapé de crítica literária, que não foi interrompida mesmo com as transferências de residência motivadas pela carreira militar. Não tenho obras não impressas. (...) Todas as minhas obras, desde 1964, me são caras. As anteriores a essa data – *Formação da Sociedade Brasileira*, *Panorama do Segundo Império*, *Oeste*, *Síntese de História da Literatura Brasileira* – não foram por mim reeditadas, por julgar que elas não mereciam. Naturalmente as minhas obras básicas são *História da Literatura Brasileira*, desde a 3ª edição, que reformula toda a obra, e *Formação Histórica do Brasil*. Gosto da *Ideologia do Colonialismo* e da *História Militar do Brasil*.
>
> Agradeço o juízo do professor José Marques de Melo. *História da Imprensa no Brasil* teve três edições e cessou de ser reeditada porque meu texto é objeto de xerox nos cursos, o que invalida o livro. Ela resultou de trinta anos de pesquisas, acumuladas até a época em que, utilizando as pesquisas, escrevi o texto. Não sei se foi a melhor contribuição minha às ciências da comunicação, mas foi a que me deu mais trabalho. Trabalhei em jornal, na redação da *Última Hora*, no Rio e conhecei de perto o trabalho do jornal.

> Minha técnica de pesquisa não tem nada de original. Para *História da Imprensa*, trabalhei nas redações dos principais jornais, utilizando as coleções dos próprios jornais, particularmente as edições de aniversário, as seções de jornais e revistas antigas na Biblioteca Municipal de São Paulo e Biblioteca Nacional, do Rio. Sempre, em trabalhos de História, é importante, fazer uma lista de livros de consulta, a bibliografia, e redigir uma cronologia, que serve de roteiro para o texto a ser escrito. Sempre que abro um bom livro – hoje só leio bons livros – eu me informo, para julgamento, da bibliografia utilizada e do índice. Um autor é a imagem daqueles que ele freqüenta. Minha recomendação, portanto, é seguir esse método.
>
> Não tenho outras recomendações a fazer.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Alfredo. Gênese e progressos da imprensa periódica no Brasil. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro**. Tomo I, edição comemorativa, Rio de Janeiro, p. 17-18, 1908.

HACK, Josias Ricardo. Um general conta a sua história. **Revista da Universidade do Oeste Catarinense**, 1997.

JOBIM, Danton. **Espírito do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1992.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. 2. ed. São Paulo: Pulus, 2007.

_____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil**. 2. ed. São Paulo: IMESP, 1988.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

_____. **A fúria de calibã**: memórias do golpe de 64. Rio de Janeiro: Editora Bertrand, 1994.

CAPÍTULO 7

O DISFARCE DA GLOBALIZAÇÃO, SEGUNDO MANOEL CORREIA DE ANDRADE

1 DIACRONIA

O conhecimento oriundo da geografia da comunicação vem se tornando fator crucial para a tomada de decisão dos estrategistas da mídia na sociedade globalizada.

Hoje, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) vem fazendo a coleta regular de dados sobre a geografia das comunicações em todo o país, mas nem sempre tais dados despertam interesse nos pesquisadores acadêmicos. Uma das poucas e excelentes exceções advém de uma parceria franco-brasileira, reunindo o geógrafo francês Hervé Théry e a ambientalista brasileira Neli Aparecida de Mello, autores do denso e bem ilustrado atlas do território brasileiro. Eles analisam os fenômenos do movimento (bens, mercadorias, pessoas, cultura e informação) nos capítulos sobre as dinâmicas populacionais (migrações) e urbanas (atrações culturais) e sobre as redes de transportes, energia e informação (THÉRY; MELLO, 2005).

Contudo, existem vestígios de incursões bem anteriores nesse território-fronteira, configurando uma espécie de geografia precoce da comunicação brasileira. Seus agentes são os intelectuais Caio Prado Jr., Sergio Buarque de Holanda e Fernando de Azevedo que pertenceram ao quadro de pioneiros da Universidade de São Paulo (MARQUES DE MELO, 2007).

Foi justamente na Universidade de São Paulo (USP) que ocorreu o agendamento da questão em âmbito nacional. Ela só foi reconhecida institucionalmente em 1991, durante o congresso *O novo mapa do mundo*, promovido pelo Departamento de Geografia da USP, sob a liderança dos geógrafos Milton Santos e Maria Adélia de Souza (SCARLATO; SANTOS; SOUZA, 1993). Entre os geógrafos convidados pelos organizadores estava naturalmente o pernambucano Manuel Correia de Andrade, que vinha refletindo criticamente sobre o fenômeno da globalização na mídia e repensando outros temas correlatos.

Por isso mesmo, no intuito de reconstituir o itinerário brasileiro dessa interdisciplina, torna-se indispensável focalizar a contribuição do geógrafo Manuel Correia de Andrade para elucidar a dinâmica das relações entre espaço, tempo e movimento em nossa sociedade.

2 SINCRONIA

Quando a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) agendou seu primeiro congresso nacional na região Nordeste, em 1995, na cidade de Aracaju (SE), tendo como tema central *Globalização e regionalização das comunicações* foi natural a escolha de Manuel Correia de Andrade para fazer uma das conferências principais. Ungido como um dos principais geógrafos brasileiros, herdeiro das utopias acalentadas por dois outros companheiros de geração (Josué de Castro e Milton Santos), sua presença era indispensável, até mesmo em função da nordestinidade, altiva, efusiva e afetiva, que o distinguia intelectualmente.

Feito o convite, ele aceitou com entusiasmo, mas pouco depois escreveu ao professor César Bolaño, coordenador do congresso, lamentando cancelar a participação. Antes de declinar o convite, o professor me procurou para justificar sua atitude.[1] Senti seu constrangimento, acostumado que era a respeitar compromissos. Ele me explicou que fora convocado antecipadamente para realizar uma missão no exterior, sem, contudo, haver sido notificado do período que deveria reservar em sua agenda. Havendo coincidência de datas, não havia alternativa, senão desculpar-se com os dirigentes da Intercom. Tranquilizei-o, dizendo que todos entenderiam a situação, aliviando sua angústia. Argumentei que o programa do congresso não havia sido divulgado, portanto ninguém poderia estigmatizar sua ausência.

Quando a memória do congresso de Aracaju foi divulgada sob a forma de livro organizado por César Bolaño (1999), encontrei casualmente o professor Manuel Correia, percebendo que o episódio deixara sequelas. Ele me disse que perdera a oportunidade de compartilhar suas ideias com intelectuais do porte de Octavio Ianni, Renato Ortiz, Márcio Wohlers e outros. Mas a verdade é que ele investira tempo e coletara dados para expressar seus pontos de vista sobre a globalização. Felizmente tais reflexões ensejaram debates em outros espaços, sendo reunidas no livro *Globalização e identidade nacional* (ANDRADE, 2002).

3 DIFICULDADE

Se essa é a principal fonte para se entender o pensamento andradeano sobre os fenômenos da comunicação, ela representa a convergência de impressões, deduções e opiniões que ele foi acumulando em sua trajetória intelectual. Por isso mesmo,

1. Nossa amizade se principiou na sala de aula. No início dos anos 1960, Andrade lecionava geografia econômica aos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. Beneficiei-me dos conhecimentos por ele transmitidos e me tornei assíduo leitor dos seus livros e artigos. Sempre que tinha oportunidade, eu comentava tais escritos com o autor, sentindo que a interlocução o gratificava. Além disso, tínhamos afinidade ideológica, vindo a integrar a equipe de governo de Miguel Arraes. Nosso último encontro, nessa fase, ocorreu nos corredores do Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) pernambucano, onde ficamos confinados para averiguações logo depois do Golpe Militar de 1964. Posteriormente nos reencontramos, tanto em Recife quanto em São Paulo, compartilhando ideias geográficas com os amigos comuns, Milton Santos e Maria Adélia de Souza.

a tarefa de palmilhar essa fortuna crítica impõe retrospecto filigranesco por toda sua obra.

Entretanto, a maior dificuldade do exegeta reside na pequena incidência dessas variáveis em sua narrativa geográfica. Considerando sua linha de raciocínio, em parte influenciada pelo marxismo, o que explica o privilégio atribuído aos fatores econômicos em sua obra, Andrade dialoga criticamente com algumas correntes dessa escola de pensamento.

É o que se mostra explícito em sua compreensão da "questão nordestina", que alguns seguidores de Gramsci refugam, argumentando que se trata de uma "questão sociocultural que o capitalismo dissolve". Seu ponto de vista é bem diverso: o "avanço" das relações capitalistas provoca transformações nas "exterioridades" da questão regional, agravando-a, em vez de eliminá-la (ANDRADE, 1993, p. 60).

De qualquer maneira, para melhor ordenar sua contribuição ao avanço dos estudos sobre a geografia da comunicação, torna-se necessário fazer uma distinção entre o divulgador consciente e o pensador coerente.

4 DIVULGADOR

Como outros intelectuais de sua geração, Manuel Correia de Andrade (1922-2007) encontrou na militância política exercida durante a juventude a motivação para atuar como divulgador cultural.

A análise retrospectiva de sua biografia oferece evidências da labuta em frentes simultâneas:

- Científica – escrevendo livros, artigos e apresentando comunicações acadêmicas em congressos nacionais e internacionais, compartilhando com os pares os resultados das pesquisas realizadas.
- Pedagógica – escrevendo textos esquemáticos, dando aulas, proferindo palestras.
- Popular – publicando artigos em linguagem simplificada, escrevendo livros destinados ao grande público e concedendo entrevistas à mídia para explicar o avanço do conhecimento, estabelecendo conexões com a realidade.

Para atuar nas duas primeiras frentes, focalizando os temas de sua predileção, Andrade buscou formação específica, diplomando-se em Geografia e História (1947), pela Universidade Católica de Pernambuco. O trabalho de popularização do saber é resultante de sua inserção no espaço buliçoso e desafiador da Faculdade de Direito do Recife, hoje integrada à Universidade Federal de Pernambuco. A comprovação dessas suas três faces aparece com nitidez

nos depoimentos coletados no livro *Manuel Correia de Andrade, um homem chamado Nordeste* (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008), publicado um ano depois de sua morte.

O divulgador pedagógico emerge logo no início de sua carreira, quando ocupa funções de professor do ensino médio nos tradicionais colégios recifenses: Vera Cruz, Padre Felix e Americano Batista. Dois relatos permitem identificar os traços peculiares dessa atuação, permanecendo indeléveis na memória de alguns discípulos.

O antropólogo Roberto Mota lembra seu desempenho como professor:

> Conheci-o em 1955, no Colégio Padre Felix. Eu fazia o primeiro ano clássico e ele era meu professor de História Geral (...). O programa tratava de História Antiga e Dr. Manuel nunca esqueceu – e sempre me fazia elogios pelo que considerou generosamente como indício de argúcia – de uma pergunta que fiz. (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 148).

O geógrafo Lucivânio Jatobá recorda o autor de livros didáticos:

> Os livros de M. C. de Andrade faziam-me ver esses elementos paisagísticos não mais como um mero amontoado de coisas desconexas, mas como um cenário de uma grande peça (...). Após a leitura (...) passei a identificar as complexas relações entre a litologia da Serra de Pacas, a tectônica local e o fluxo das águas que acabavam por desembocar no leito do rio Tapacurá (...). (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 112-113).

Seu desempenho como divulgador científico pode ser mensurado pela vastidão da obra publicada: mais de 100 livros e aproximadamente 250 artigos em periódicos do país e o exterior. Outro detalhe, anotado por José Lacerda Alves Felipe, diretor de inovação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Norte (FAPERN), é a amplitude e prontidão da sua competência cognitiva:

> (...) o prof. Manuel não se eximiu de nenhum debate dos temas que marcaram o Brasil e o mundo nas últimas quatro décadas. Refletiu sobre o Brasil, a América Latina, o meio ambiente, a geopolítica, o imperialismo, a África. Foi crítico severo do quantitativismo na Geografia e soube se antecipar ao debate sobre a globalização e os seus reflexos em determinadas sociedades e suas economias. (CAVALCANTI, RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 67)

Clóvis Cavalcanti, pesquisador sênior da Fundação Joaquim Nabuco, não hesita em qualificá-lo como "um dos mais insignes intelectuais" brasileiros "de todos os tempos", argumentando que sua obra mais importante, *A terra e o homem no Nordeste* (1963), constitui "a prova disso", e "figurou na lista (...) dos cem livros mais importantes publicados no Brasil no século XX". E arremata: "Que pernambucano vivo pode exibir tal galardão? Essa é uma riqueza que não se corrói, riqueza verdadeira, e não de papel ou resultante da reiteração de um valor frouxo pelos meios de comunicação." (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 38).

Contudo, sua mais profícua atuação foi sem dúvida a difusão popular do saber científico que assimilou e formatou ao longo de sua vida na academia. Sua filha, a geógrafa Thais de Lourdes Correia de Andrade sugere que essa foi sua ocupação predileta nos últimos anos de vida. Escrevendo, desde 1995, artigos semanais para a página nobre do *Jornal do Commercio,* ficava atento à circulação do diário "tal era a sua ansiedade em ver se o artigo que encaminhara havia sido publicado" (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 152).

Foi exatamente essa atividade de educação supletiva que o consagraria como "um dos líderes intelectuais de Pernambuco", como bem ressaltou Roberto Mota, justificando que nos "artigos semanais" ele "discutia os problemas do Brasil e do mundo" (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 150).

O respeito que Andrade granjeou junto à opinião pública estava alicerçado não apenas em sua autoridade acadêmica, mas em sua coragem cívica. Lucivânio Jatobá endossa plenamente essa tese:

> Um artigo de Manuel Correia, denunciando a corrupção estruturadíssima, as traições de princípios por alguns políticos de esquerda e outras coisas mais do mesmo gênero, que criaram a maior crise ética da História da República, teria uma um efeito devastador, sobretudo nos meios intelectuais. (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 117).

Para coroar essa função de divulgador popular, Andrade produz um livro-síntese de sua obra acadêmica. Lançado no mesmo ano de sua morte, esse livro parece ter sido pensado como uma espécie de gratificação cognitiva, expressando o sentimento de "dever cumprido". Trata-se do compêndio *Formação territorial e econômica do Brasil* (ANDRADE, 2007).

O autor deixa claro, no texto introdutório, que sua intenção teve dupla finalidade: formativa e informativa. O alvo principal é o "grande público", na esperança de que o livro possa servir como "instrumental crítico" para equacionar os "problemas de cada dia". (ANDRADE, 2007, p. 13)

Andrade diz que "o livro é um convite à reflexão sobre a realidade brasileira e, consequentemente, tem a pretensão de contribuir para a solução dos seus problemas". (*op. cit.,* p. 14).

Na verdade, Andrade dá o bom exemplo para os outros intelectuais, insistindo no apelo feito anteriormente: "Devemos pensar no Brasil e procurar soluções brasileiras para os seus problemas". Não se esquece de fazer uma advertência concreta: "Os intelectuais e técnicos devem colocar o seu saber a serviço do povo e não de grupos dominantes que estão conduzindo o país à difícil situação em que se encontra". (ANDRADE, 1989, p. 11).

5 PENSADOR

A coerência teórica é um dos traços marcantes da produção científica de Andrade. Para melhor apreender sua linha de raciocínio, determinante da observação dos fenômenos que descreve e analisa sob o prisma da geografia, vamos tomar como fonte de referência seu *Manual de geografia econômica* (ANDRADE, 1989), resultado das experiências vivenciadas pelo autor como docente de cursos universitários de Geografia, Economia, Jornalismo e Ciências Sociais.

O objeto da Geografia compreende as "formas pelas quais o homem vem ocupando o espaço terrestre" e os modos de utilização dos "recursos disponíveis". Assim sendo, o conhecimento geográfico explica e verifica as "implicações de ordem econômico-social que estruturam e comandam a produção do espaço e o preço pago pela sociedade." Andrade proclama com todas as letras que a Geografia, como outras disciplinas científicas, não é neutra, nem alienada. Daí a adoção de uma postura ética claramente identificada com a "preservação de um patrimônio construído através dos séculos", correndo o perigo de "dilapidação" (ANDRADE, 1989, p. 9-10).

Por isso mesmo, ele se distancia da corrente tecnocrática que converte a disciplina em mera "engenharia do espaço", para produzir modelos e teorias com o "conhecimento da realidade", entendendo que o espaço é o resultado da "ação do homem" que o transforma em "função de suas necessidades", buscando o equilíbrio entre o "meio natural" e as demandas "civilizatórias" (ANDRADE, 1989, p. 17).

A racionalidade do espaço pressupõe a integração dos meios de transportes e dos meios de comunicação cultural, gerando uma "grande rede de comunicação", otimizando tecnologia e capital "em benefício do homem e não com fins de dominação e conquista " (ANDRADE, 1989, p. 120).

Consentânea com a postura teórica que reconhece o primado da economia na sociedade, a questão da comunicação, como de resto o universo cultural, tem pouca incidência na obra de Andrade, quando não se converte em elemento residual. Não obstante tenha recorrido à mídia para potencializar suas ideias, especialmente por meio da imprensa, a atitude do autor diante do sistema midiático mostra-se reservada, desconfiada, chegando, em alguns episódios, a ser negativamente estigmatizada.

A análise de conteúdo, valendo-se da metodologia descrita por Duverger (1962) e adaptando a unidade de medida testada por Morin (1974), foi realizada em uma dúzia de livros selecionados por sua identidade geográfica, permitindo observar a incidência de dois eixos temáticos: *i*) a comunicação como variável independente na estrutura do espaço geográfico, ou seja, como fator que pesa na economia espacial; e *ii*) a comunicação como variável dependente na política de construção do espaço geográfico.

6 MOVIMENTO

No eixo estruturante, Andrade focaliza o processo integrador dos transportes, das tecnologias e dos símbolos em uma perspectiva diacrônica. No eixo dinâmico, sua análise é de natureza conjuntural, privilegiando sincronicamente as ideias que afetam os fluxos espaciais de natureza centrípeta (regionalização) e centrífuga (globalização).

O eixo estruturante aparece na conceituação do espaço geográfico e na descrição dos seus elementos configuradores.

Andrade acompanha a orientação do geógrafo francês Elisée Reclus, que usa a metáfora dos vasos comunicantes para demonstrar a interdependência dos fenômenos históricos e geográficos. "A Geografia é a História do *tempo* e a História é Geografia do *espaço*" (ANDRADE, 1996, p. 8, grifos nossos).

Mas, a dinâmica do processo se faz por meio do *movimento*, ou seja, da circulação desses conhecimentos, objeto das ciências da comunicação. Essa concepção está implícita no discurso geocomunicacional de Andrade, como demonstraremos a seguir.

Entre os elementos constituintes do espaço geográfico o binômio "proximidade--afastamento" ocupa função crucial (ANDRADE, 1987, p. 25). Em sendo a organização do espaço feita pelo "homem", cabe-lhe também atenuar as "dificuldades de comunicação" (ANDRADE, 1996, p. 60). Nesse sentido é que o "processo de apropriação do território e de produção do espaço pelas classes dominantes" pressupõe a elaboração de leis, que regulam os conflitos, e da disseminação de uma ideologia, que facilita o convencimento da sociedade, prevenindo a eclosão dos conflitos. "Transmitida aos dominados por todos os meios de comunicação", essa ideologia é simplificada por "*slogans* como o de que o brasileiro é essencialmente cordial, de que a nossa evolução histórica se processou sem violência e de que domina no país uma democracia racial e de que há uma grande mobilidade no país". (ANDRADE, 1984, p. 9).

Esse movimento no interior do espaço geográfico é operado por uma "grande rede de comunicações", composta por "meios de transportes" – responsáveis pela circulação de pessoas e mercadorias – e por "meios de comunicação" – transportando conteúdos afetivos, culturais ou comerciais. Trata-se de uma operação complexa e problemática, dependente do "desenvolvimento da tecnologia e acumulação do capital". (ANDRADE, 1989, p. 120-12l)

Enquanto os *meios de transportes* são privilegiados por meio de uma farta descrição das vias e dos instrumentos marítimos, fluviais e lacustres, territoriais ou aéreos, os *meios de comunicação* figuram brevemente, agrupados em duas categorias: *i*) comunicações individuais ou de empresas – telégrafo, telex, radio, satélite –, fazendo que as pessoas se comuniquem diretamente a grande distância; e *ii*) *meios de comunicação de ordem cultural*, responsáveis pela circulação das ideias e das notícias junto ao grande público – jornais, revistas, cinema, rádio, televisão, cinema, vídeo, internet etc.

A articulação entre os dois sistemas é feita pelas organizações que transportam mercadorias, pelas agências que locomovem os viajantes, pelas empresas que fornecem energia ou pelos serviços dos correios, portando mensagens ou encomendas de interesse individual ou institucional. Andrade encerra esse capítulo, fazendo uma peroração sobre o uso desses instrumentos e augurando que "sejam utilizados em benefício do homem e não com fins de dominação e conquista". Ele acredita que isso corresponde a "um desejo da maioria absoluta da humanidade" (ANDRADE, 1989, p. 120-121).

O eixo dinâmico transparece nas observações feitas a propósito do papel desempenhado pelos meios de comunicação na difusão das ideias que nutrem os processos de globalização e regionalização.

O contexto em que se dá a articulação espaço – tempo – movimento constitui o pano de fundo do esforço que Andrade desenvolveu para escrever seu livro póstumo. "O livro é um convite à reflexão sobre a realidade brasileira" suscitando a "necessidade de compreender e conhecer o processo evolutivo da economia para aquilatarmos os equilíbrios e desequilíbrios estruturais e conjunturais" e avaliar "como tentamos, nos dias que correm, participar do comércio internacional (...), enfrentando os problemas, as vicissitudes de uma verdadeira guerra por mercados" (ANDRADE, 2007, p. 14-15).

Bem no início dos anos 1990, do século passado, Andrade denotava compreensão nítida de que nosso futuro dependia não somente da interpretação do movimento diacrônico, sobretudo de episódios que causaram "grande impacto" como o Descobrimento e a Independência, mas da compreensão do movimento sincrônico, responsável pelo fluxo dos "acontecimentos que vão se suceder e que são, em grande parte, de difícil previsão" (ANDRADE, 1994, p. 79).

Quando discute a "questão regional", sua avaliação do papel desempenhado pela mídia é francamente negativa.

> Do ponto de vista cultural a televisão e o rádio, controlados por empresas que atuam em escala nacional, contribuem para a divulgação de padrões nacionais (...) desvalorizando e considerando fora de moda as manifestações culturais tradicionais, regionais e locais. (ANDRADE, 1993, p. 60).

Pouco depois, ele reiterava: "Vivemos um momento de grandes mudanças no mundo, mudanças estas consequentes do desenvolvimento das comunicações e da tecnologia". O diagnóstico que faz sobre as "desigualdades regionais e sociais" do país contém sinais capazes de alarmar os tomadores de decisão. Expressa também sua perplexidade frente à globalização, temeroso de que venha a "contribuir para um grande retrocesso na civilização, com impactos fortes sobre o social e o ecológico" (ANDRADE, 1997, p. 17-40).

Andrade receia também que, "grandes grupos econômicos", para defender seus interesses, possam "provocar a desagregação do país", por meio da "difusão de idéias separatistas". Seu argumento é o de que "estudos recentes indicam que a ideologia separatista, no Brasil, embora apresentada com muito cuidado, é mais acentuada em certas áreas, como na região meridional, onde é forte o impacto das colonizações européia e asiática". O autor relembra igualmente o antagonismo que pode se travar, no interior de "quistos sociais", em que nativos aculturados podem se confrontar com adventícios desenraizados (ANDRADE, 1999, p. 31-19).

Nessa mesma linha de preocupação, Andrade registra a modificação que se amplia no espaço brasileiro, com as "transferências de população", reforçando a diáspora verde-amarela que migra para os Estados Unidos, Canadá, Portugal e outros países. Isto afeta não apenas a "fisionomia territorial", ampliando as nossas fronteiras étnicas, mas expandindo o raio de audiência da nossa televisão, que passa a atender as demandas culturais desses brasileiros desgarrados do espaço geográfico, mas integrados pelo espaço geocomunicacional.

Todas estas observações e constatações vão desaguar no livro *Globalização e identidade nacional* (ANDRADE, 2002), em que o geógrafo pernambucano expressa o seu ponto de vista sobre os fenômenos midiáticos, não omitindo seu desconforto e responsabilizando as empresas do ramo por endossarem a "farsa" da globalização.

Antevendo perspectivas "sombrias" para o século XXI, o autor constata uma mudança substantiva no mapa-múndi. O velho "imperialismo" que, nos séculos XIX e XX, loteava a Terra em "áreas de influência de grandes potências, de nações ricas e industrializadas", é substituído, neste novo século, pelo domínio de uma "única e grande potência".

Nesse contexto, a mídia joga papel decisivo, encurtando o espaço e otimizando o tempo.

> A mundialização da difusão das técnicas em diversas áreas, sobretudo na de comunicações, aproxima os vários lugares e faz com que se tome conhecimento do que acontece em um ponto da Terra, imediatamente em toda a sua superfície ou em quase toda. [No entanto, essa] facilidade e intensificação das comunicações exercem um impacto cultural de tal ordem, que não só tende a unificar grupos locais e nacionais, como a provocar impactos sobre valores sociais e sobre os costumes. (ANDRADE, 2002, p. 17-18).

Embora não afirme categoricamente, Andrade admite que a mídia tem culpa no cartório ao endossar a "farsa" da globalização. Argumentando que "o século XXI começa muito mais violento e trágico do que terminou o século XX", o autor lamenta que "em lugar de se caminhar para um período de paz e de harmonia entre as nações", como pretendia Dom Helder Câmara, caminha-se "em direção contrária, no sentido de uma grande competitividade, de individualismo, de

aprofundamento das discriminações raciais, sociais e ideológicas e no empobrecimento da população" (ANDRADE, 2002, p. 10).

O que fazer? Recuar? Avançar? Resistir?

7 COMPROMISSO

A força denotada na postura de Manuel Correia de Andrade está embutida em sua coerência intelectual.

Consciente da gravidade da situação que emoldura o quadro sociopolítico e econômico-cultural do Brasil, na geografia do mundo unipolar, o autor convida seus interlocutores a "compartilhar" reflexões "sem compromissos com as dominações externas e internas". E não perde a esperança de alcançar um "mundo melhor e mais justo" (ANDRADE, 2002, p. 15).

Mas, onde está o combustível que forja a têmpora de intelectuais como Manuel Correia de Andrade?

Ele deu sinais dessa fonte de energia ao escrever o livro que o consagrou intelectualmente.

A chave que explica a grandeza prospectiva de *A terra e o homem no Nordeste* (ANDRADE, 1963) está em sua simplicidade cognitiva, nutrida pela sabedoria popular, como assinalou Paulo Teixeira Iumatti (CAVALCANTI; RIBEMBOIM; RIVAS, 2008, p. 133-141): "Buscando o ponto de vista *dos de baixo*", o pesquisador realizou "imersão profunda nos universos das classes subalternas". Vislumbrando seus "anseios de liberdade", produziu um clássico do pensamento brasileiro no século XX.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Manuel Correia. **A terra e o homem no Nordeste**. São Paulo: Brasiliense, 1963.

_____. **Poder político e produção do espaço**. Recife: Massangana,1984.

_____. **Espaço, polarização & desenvolvimento**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

_____. **Geografia econômica**. 10. ed. São Paulo: Atlas,1989. Primeira edição de 1973.

_____. **O Nordeste e a questão regional**. São Paulo: Ática, 1993.

_____. **Uma geografia para o século XXI**. Campinas: Papirus, 1994.

_____. **Geopolítica do Brasil**. São Paulo: Ática, 1995.

_____. **O Brasil e a América Latina**. São Paulo: Contexto, 1996.

_____. **A geografia e a questão social**. Maceió: Edufal; Recife: EDUFPE, 1997.

_____. **As raízes do separatismo no Brasil**. São Paulo: EDUNESP, 1999.

_____. **Globalização e identidade nacional**. Recife: Bagaço, 2002.

_____. **Formação territorial e econômica do Brasil**. Recife: Massangana, 2007

AZEVEDO, Fernando de. **Um trem corre para o oeste**. São Paulo: Melhoramentos, 1950.

BACELAR, Saravasti; IUMATI, Paulo. **A cidade de São Paulo em Caio Prado Jr**. São Paulo: IEB/USP, 2007.

BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

CAVALCANTI, Clóvis; RIBEMBOIM, Jacques; RIVAS, Lêda (Org.). **Manuel Correia de Andrade, um homem chamado Nordeste**. Recife: Bagaço, 2008.

CRUZ, Daisy da Silva. **Memórias de um geógrafo**. São Paulo: UFRN, 2007.

HOLANDA, Sergio Buarque de. **Caminhos e fronteiras**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1957.

FREYRE, Gilberto. **Ingleses**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1942.

_____. **Ingleses no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1948.

_____. **Integração portuguesa no trópicos**. Vila Nova de Famalicão, Portugal: Junta de Investigações do Ultramar, 1958.

_____. **Nós e a europa germânica**. Rio de Janeiro: Grifo, 1971.

_____. **O brasileiro entre os outros hispanos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1975

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo, Pioneira, 1972.

_____. **Regionalização midiática**. Taubaté: Unitau, 2006.

_____. **Os bandeirantes da idade mídia**. São Paulo: Angellarra, 2007.

PRADO JR., Caio. **A cidade de São Paulo**: geografia e história. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SCARLATO, Francisco; SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia. **Globalização e espaço latino-americano**. São Paulo: Hucitec, 1993.

SODRÉ, Nelson Werneck. **O que se deve ler para conhecer o Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

CAPÍTULO 8

A CRUZADA CONTRA A FOME LIDERADA POR JOSUÉ DE CASTRO

1 CONSPIRAÇÃO DO SILÊNCIO

Para melhor compreender o perfil intelectual de Josué de Castro torna-se indispensável resgatar sua atuação como divulgador científico, circunstância responsável pela inclusão da temática da fome na agenda midiática internacional.

Cientista hoje desconhecido das novas gerações, o autor tem sido vítima daquela "conspiração do silêncio" (CASTRO, 2003c, p. 12) que ele próprio identificou, no mundo acadêmico, responsabilizando-a pela escassez bibliográfica sobre a fome. Vivíamos, então, em pleno pós-guerra, quando a imprensa era acusada pelo tratamento distorcido e preconceituoso da fome coletiva que vitimava dois terços da humanidade.

2 A LUTA CONTRA A FOME

A campanha internacional destinada a eliminar o flagelo da desnutrição começou na Conferência de Alimentação, convocada pela Liga das Nações, em 1943. As 44 nações ali representadas se comprometeram a apagar do mapa demográfico mundial as "manchas negras representando núcleos de populações subnutridas e famintas".

Surgia em Hot Springs o "plano mundial de combate à fome" que ambicionava "satisfazer a mais fundamental das necessidades humanas – a necessidade de alimentos" (CASTRO, 2003c, p. 12).

Não obstante os esforços já concretizados, "a fome continua a afrontar a dignidade humana e a impedir o desenvolvimento dos indivíduos" (COSTA, 2003), como disse enfaticamente Humberto Costa, então ministro da Saúde, no seminário que a Fundação Joaquim Nabuco dedicou a Josué de Castro, em 2001, na cidade do Recife.

Trata-se de evidência tão vergonhosa que a Cúpula Mundial de Segurança Alimentar, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 1996, já proclamara a existência de milhões de subnutridos no mundo, estabelecendo a meta de "reduzir à metade o número de pessoas famintas até 2015" (COSTA, 2003, p. 91).

Devemos creditar a Josué de Castro e a outros idealistas que se engajaram nessa batalha contra a fome, fortalecida pelo governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) e transformada em bandeira nacional pelo ex-presidente Lula e pela atual presidenta Dilma, o pequeno avanço contabilizado na última década do século XX.

Nesse período, houve uma "diminuição total de 116 milhões de famintos". Isso ocorreu principalmente em "grandes países como China, Indonésia, Nigéria e Brasil, por seu consistente crescimento econômico e agrícola" (COSTA, 2003, p. 91-92). Essa tendência fortalece a tese de que as soluções paliativas e assistencialistas, conjunturalmente instituídas, são insuficientes para aplacar o sofrimento dos desnutridos.

"Só através de uma estratégia global de desenvolvimento, capaz de mobilizar todos os fatores de produção no interesse da coletividade, poderão ser eliminados o subdesenvolvimento e a fome da superfície da terra". A solução reside, pois, em habilitar os contingentes humanos que habitam o nosso planeta para utilizar racionalmente os "recursos potenciais que a natureza põe à sua disposição e que o conhecimento científico permite aproveitar em escala infinitamente mais elevada do que a alcançada em nossos dias" (CASTRO, 2003b, p. 52-53).

É justamente com a finalidade de potencializar o arsenal cognitivo produzido pelos cientistas, colocando-o a serviço do desenvolvimento socioeconômico, que a comunicação pode ser útil à batalha contra a fome.

Josué de Castro deu testemunho estóico de como articular ciência, comunicação e desenvolvimento.

3 A VANGUARDA NORDESTINA

Ele esteve, desde jovem, na liderança da vanguarda nordestina que mobilizou a consciência crítica do país e do planeta para remover a catástrofe representada pelas carências alimentares dos habitantes de todos os continentes, especialmente das regiões empobrecidas.

A composição dessa vanguarda regional está explícita na *Geografia da fome*, obra clássica publicada em 1946, com a qual o autor granjearia notoriedade. Ele faz uma lista parcimoniosa, incluindo o pernambucano Orlando Parahym, os baianos Thales de Azevedo e Edson Carneiro, o potiguar Luis da Câmara Cascudo, o paraibano José Américo de Almeida e a cearense Raquel de Queiroz.

Cada um deles abriu, a seu modo, picadas incomensuráveis para quebrar o tabu da fome na medicina, na literatura e nas ciências sociais. Nenhum, porém o fez com a firmeza e a persistência do próprio Josué de Castro. Paladino da luta contra a fome de alimentos, ele fez jus a merecidas honrarias no exterior, como a que o consagraria em 1954, recebendo a *Medalha Internacional da Paz*.

Ele não se limitou a disseminar o conhecimento sobre a questão alimentar entre os seus pares da academia ou junto ao mundo intelectual. Revelou-se também um precoce divulgador científico, potencializando as teses sobre as carências nutricionais e as estratégias para superá-las internacionalmente. Para tanto, fez

uso constante da imprensa, publicando artigos, bem como da mídia eletrônica, dando entrevistas e participando de debates.

Falecido no exílio, em 1973, ele deixou múltiplas tarefas a serem concretizadas. Por isso mesmo, vale a pena reconstituir sua trajetória intelectual como um referente emblemático.[1] E, desta forma, emular os jovens que assumem posições de liderança na vanguarda brasileira do século XXI, prosseguindo sua luta para extirpar a fome da geografia do nosso planeta.

4 PERFIL BIOGRÁFICO

Nascido na cidade do Recife, em 1908, Josué de Castro forjou sua personalidade como "menino pobre acostumado à liberdade das ruas do bairro da Madalena, onde morou dos 8 aos 14 anos de idade" (CASTRO, 2003a, p. 185). Depois de estudar em tradicionais colégios pernambucanos, ele satisfez a vontade dos pais indo completar sua formação superior na consagrada Faculdade de Medicina da Bahia. Em 1925, mudou-se para o Rio de Janeiro, onde se diploma quatro anos depois pela Faculdade Nacional de Medicina da Universidade do Brasil.

Retornando à capital pernambucana, em 1930, depois de fazer estágio na Universidade de Columbia e no Medical Center de Nova Iorque, ele instala o "primeiro consultório em doenças de nutrição da cidade", tornando-se, em pouco tempo, o "médico da moda" (CASTRO, 2003a, p. 186).

Trabalha também em uma fábrica do Recife, onde enfrenta o desafio de "aumentar a produtividade de seus funcionários". Imediatamente ele se dá conta de que a principal causa do baixo desempenho ocupacional daqueles operários era o "estado de penúria em que (...) viviam" (CASTRO, 2003a, p. 186).

Motivado pelas observações de campo desse período inicial da sua experiência médica, Josué de Castro produziria dois trabalhos integrados, em que esboça as teses posteriormente contidas em sua clássica trilogia *Geografia da fome* (1946), *Geopolítica da fome* (1951) e *O livro negro da fome* (1960). Refiro-me ao inquérito: "As condições de vida das classes operárias do Recife", base empírica para a reflexão teórica sistematizada na tese de livre docência "O problema fisiológico da alimentação no Brasil", defendida, em 1932, na Faculdade de Medicina do Recife.

5 APRENDIZADO DOLOROSO

Contudo, seu aprendizado sobre o drama da fome deu-se bem antes, quando testemunhou a batalha cotidiana dos seus companheiros de infância, habitantes dos mangues recifenses, retirando da lama o alimento que lhes garantia a sobrevivência.

1. O perfil a seguir esboçado tem como fonte essencial as cronologias e a bibliografia do autor diligentemente preparadas por sua filha Anna Maria de Castro e incluídas como apêndice do seu livro póstumo. Ver Castro (2003b, p. 185).

Essa dolorosa experiência ele retratou poeticamente em *Homens e caranguejos* (1965), romance em que destaca a gênese da sua aventura cognitiva no universo dos famélicos:

> Procuro mostrar neste livro de ficção que não foi na Sorbonne, nem em qualquer outra universidade sábia, que travei conhecimento com o fenômeno da fome.
>
> O fenômeno se revelou espontaneamente a meus olhos nos mangues do Capibaribe, nos bairros miseráveis da cidade do Recife: Afogados, Pina, Santo Amaro, Ilha do Leite.
>
> Esta é que foi a minha Sorbonne: a lama dos mangues do Recife, fervilhando de caranguejos e povoada de seres humanos feitos de carne de caranguejo, pensando e sentindo como caranguejos.
>
> Seres anfíbios – habitantes da terra e da água, meio homens e meio bichos. Alimentados na infância com caldo de caranguejo: este leite da lama. Seres humanos que se faziam assim irmãos de leite dos caranguejos.
>
> Que aprendiam a engatinhar e a andar com os caranguejos da lama e que depois de terem bebido na infância este leite de lama, de se terem emlambuzado com o caldo grosso da lama dos mangues, de se terem impregnado do seu cheiro de terra podre e de maresia, nunca mais se podiam libertar desta crosta de lama que os tornava tão parecidos com os caranguejos, seus irmãos, com as duras carapuças também enlambuzadas de lama". (CASTRO, 2001, p. 10).

Tal foi o impacto emotivo dessa convivência com os moleques dos manguezais recifenses que Josué de Castro a eles dedicaria total solidariedade, percorrendo caminhos sinuosos e enfrentando tabus seculares, no sentido de resgatar a humanidade perdida por aqueles desvalidos na luta incessante pela subsistência cotidiana. São pungentes suas palavras a propósito desse aprendizado seminal.

> A primeira sociedade com que travei conhecimento foi a sociedade dos caranguejos. Depois, a dos homens habitantes dos mangues, irmãos de leite dos caranguejos.
>
> Só muito depois é que vim a conhecer outra sociedade dos homens – a grande sociedade.
>
> E devo dizer com toda a franqueza que, de tudo que vi e aprendi na vida, observando estes vários tipos de sociedade, fui levado a reservar, até hoje, a maior parcela da minha ternura para a sociedade dos mangues – a sociedade dos caranguejos e dos homens, seus irmãos de leite, ambos filhos da lama. (CASTRO, 2001, p. 13).

Ele transformou corajosamente a retórica em ação. Toda a sua carreira como cientista e homem público foi dedicada à causa dos famintos e desnutridos.

6 PRODUÇÃO CIENTÍFICA

A primeira evidência do seu empenho intelectual está na decisão de chefiar, em 1933, o primeiro inquérito sobre as condições de vida da classe operária do Recife,

pesquisa depois ampliada para outras regiões do país. Convicto de que a solução para o problema da fome dos nordestinos dependia de providências do Estado nacional, ele decide transferir para a capital da república o território da sua luta.

No Rio de Janeiro, publica em 1935 o primeiro manifesto contra o preconceito das elites nacionais. Seu livro *Alimentação e raça* "procurava desnudar de vez o conceito de raças inferiores ao explicar que a fome era a causa da suposta preguiça, indolência, pouca inteligência e pouca aptidão ao trabalho dos negros e índios" (CASTRO, 2003a, p. 187).

Nesse mesmo ano, assume a chefia do Serviço Central de Alimentação do Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Industriários, tornando-se também membro da Comissão de Inquérito para Estudo da Alimentação do Povo Brasileiro, realizado pelo Departamento Nacional de Saúde Pública.

Sua vida profissional bifurca-se, a partir de então, em duas rotas distintas, mas convergentes: na academia e no serviço público.

Com a intenção implícita de fortalecer e legitimar suas teses científicas, ele aceita o convite do baiano Anísio Teixeira para se tornar professor catedrático da Universidade do Distrito Federal, convivendo de 1935 a 1938, com figuras de proa da intelectualidade brasileira, entre eles o alagoano Arhur Ramos, o pernambucano Gilberto Freyre e o paulista Sérgio Buarque de Holanda. Quando o Estado Novo destrói aquele ousado projeto universitário, Josué de Castro transfere-se para a Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, onde envereda pelo campo da geografia humana, atuando de 1940 a 1964, quando foi cassado pelo governo militar.

Ele, contudo, não abandonou sua atuação no campo da saúde. Ministra cursos sobre alimentação e nutrição no Departamento Nacional de Saúde Pública e coordena, em 1940, o primeiro curso de especialização em nutrição da Universidade do Brasil, depois de haver estagiado no Instituto Bioquímico de Roma e publicado em Milão o estudo *Alimentazione e Acclimatazione Umana nei Tropici* (1939). Fundou, a seguir, a Sociedade Brasileira de Alimentação, além de ter idealizado e dirigido, a partir de 1946, o Instituto de Nutrição da Universidade do Brasil, hoje conhecida como Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

7 PROJEÇÃO INTERNACIONAL

Essa vibrante atividade universitária o projeta definitivamente na vida pública. Tanto assim que recebe convite do governo da Argentina (1942) para estudar os problemas de alimentação naquele país, que ele visitara pela primeira vez em 1933, como estudante de pós-graduação em Nutrição. Nos anos seguintes, cria no Rio de Janeiro o Serviço Técnico de Alimentação Nacional (1943) e o Instituto de Tecnologia Alimentar (1944).

As missões realizadas, em 1945, no México e na República Dominicana, alavancam sua brilhante carreira internacional. Em 1947, Josué de Castro passa a integrar o Comitê Consultivo Permanente de Nutrição da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO). No ano seguinte, atua como delegado brasileiro enviado à I Conferência Latino-Americana de Nutrição, promovida pela organização, em Montevidéu, Uruguai, e lidera a segunda conferência, realizada no Rio de Janeiro, em 1950. A coroação dessa trajetória ocorre em 1952, quando é eleito para presidir o Comitê Executivo da FAO, cargo que ocupa até 1956.

Ao terminar sua missão na FAO, em que mobilizara as estruturas governamentais para combater o flagelo da desnutrição, decide abrir uma nova frente de batalha, no âmbito da sociedade civil. Funda, em 1957, a Associação Mundial de Luta contra a Fome (Ascofam). Abraça, convicto essa bandeira de luta, visitando a China, o Canadá, a Polônia e tantos outros países, no sentido de apoiar iniciativas e projetos para erradicar a fome da face do planeta.

Sua trajetória de andarilho internacional não o distancia das raízes históricas e do compromisso afetivo com os famintos do Nordeste brasileiro. Comovido com o sofrimento dos sertanejos, que amargavam a seca de 1958, promove uma discussão nacional que desemboca na criação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene). Como reconhecimento da sua atuação pública, em favor dos pobres e desvalidos, ele ganha um novo mandato como deputado, tendo sido reeleito para representar o estado de Pernambuco na Câmara Federal e ostentando o título de parlamentar mais votado do Nordeste.

Em 1960, foi eleito presidente do Comitê Governamental da Campanha de Luta contra a Fome, sendo convocado, dois anos depois, pelo presidente João Goulart, para a função de embaixador-chefe da delegação do Brasil junto à ONU, em Genebra. Renuncia imediatamente depois ao mandato de deputado federal para melhor cumprir suas tarefas nos organismos internacionais. Ele se torna o representante do Brasil junto ao Conselho de Administração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e recebe indicação, em 1963, para o Prêmio Nobel da Paz.

Quando os militares dão o Golpe de Estado de 1964, Josué de Castro figura na primeira lista de cidadãos brasileiros que tiveram seus direitos políticos cassados. Sua atitude não poderia ser outra, senão demitir-se do cargo de embaixador-chefe do Brasil nos organismos da ONU sediados em Genebra. Impedido de voltar ao país, ele obtém asilo político na França, onde passa a dedicar-se em tempo integral à campanha contra a fome, assessorando o Instituto de Formação Humana e Pesquisa da ONU e lecionando na Universidade de Paris.

Seu último trabalho diplomático foi na organização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo, 1972. No ano seguinte ele morre no exílio parisiense, deixando imenso legado humanitário, do qual o mais importante foi o de ter retirado a luta contra a fome do estágio residual em que se encontrava no pós-guerra para convertê-la em tema relevante da agenda mundial.

8 DIVULGADOR CIENTÍFICO

Essa disposição de Josué de Castro para enfrentar a danosa "conspiração do silêncio" alcançou resultados positivos justamente porque ele combinou sua atuação na academia, no parlamento e nos fóruns internacionais com o manejo habilidoso e obstinado da engrenagem midiática.

Seu aprendizado nessa seara começou em 1925, quando publica seu primeiro texto literário na *Revista de Pernambuco*. Trata-se de uma experiência frustrada. Ele escreve, em linguagem rebuscada, um estudo sobre Freud e a literatura, alcançando escassa repercussão na opinião pública. Aprendendo com o insucesso inicial, ele volta à cena em 1927, buscando espaços na imprensa carioca para divulgar ensaios, crônicas e contos. Os resultados foram mais favoráveis, tendo aprendido a se comunicar em linguagem coloquial. Isso o credencia para enveredar pela crítica cinematográfica, acolhida por periódicos recifenses como a revista *Para Todos*, bem como os jornais *A Província*, *Jornal Pequeno* e *Jornal do Commércio*.

A carreira como divulgador científico desencadeia-se a partir de 1930, ainda na cidade do Recife, onde publica artigos instigantes sobre os tabus alimentares, como A cozinha moderna é uma necessidade, no *Diário da Manhã*, e Ensaio sobre o leite, em *A Província*.

Mudando-se para o Rio de Janeiro, em 1935, ele dá continuidade a esse diálogo com o público leitor da imprensa de difusão nacional. Estréia com um artigo sóbrio Hábitos civilizados da província, publicado pelo jornal carioca *A Manhã*, mas logo a seguir adota o estilo do jornalismo-denúncia, publicando O ciclo dos carangueijos, em *A Platéia de São Paulo.*

Josué de Castro intercala artigos de conteúdo educativo, por exemplo, a série Alimentação racional do povo, publicada também pelo jornal *A Manhã*, com matérias mais contundentes, entre elas O despertar dos mocambos e Mocambo: habitação higiênica, veiculadas, em 1936, pelo *Diário Carioca*.

Dessa maneira, ele conquista credibilidade junto aos formadores de opinião pública, demonstrando capacidade de transferir conhecimentos sobre saúde individual e ao mesmo suscitando o interesse público pelas questões de saúde coletiva.

Na primeira vertente, escreve sobre *banhos de sol*, *preconceitos contra o uso liberal do açúcar*, *alimentação racional*. Na outra perspectiva, ele enfrenta questões sociais como a *luta contra a malária*, *os mocambos do Nordeste* e a *política alimentar*.

Josué de Castro não apenas exerce a divulgação científica, mas reflete sobre essa práxis. Em 1940, ele publica no jornal carioca, *O Jornal*, o ensaio antológico A ciência popular da alimentação e a falta de divulgação científica.

Sua rica hemerografia revela preocupação constante em escrever sobre temas de nutrição e suscitar polêmicas sobre a questão da fome, tanto em periódicos dirigidos aos líderes de opinião (economistas, sociólogos e pedagogos) quanto em veículos destinados aos cidadãos comuns. Seus textos de divulgação científica não se restringem às publicações brasileiras, abrangendo também revistas do México, dos Estados Unidos, da França, da Itália, da Suíça, da Índia e do Japão.

O autor não se limita a textos de natureza jornalística. Ele também exercitou outras formas de expressão. Em 1937, associa-se a Cecília Meirelles para produzir uma cartilha de educação alimentar, destinada ao público infantil, com o título *A festa das letras*.

A mais ousada e criativa peça de sua autoria foi sem dúvida o romance *Homens e caranguejos* (2001), escrito no exílio, logo após a cassação dos seus direitos políticos pelo Regime Militar brasileiro. Ele recorre à ficção para descrever o horror da existência – sem perspectivas – de uma comunidade vitimada pelas calamidades ecológicas nordestinas. Sua tábua de salvação é representada pelas palafitas que apodrecem nos mangues recifenses, por ele recriadas emotivamente.

Sua grande paixão foi, contudo, o cinema. Não é sem motivo que a primeira incursão, bem-sucedida, no território midiático, ele empreendeu como crítico cinematográfico. Retorna a esse terreno, escrevendo, em 1958, dois roteiros – *Le Cri* (filme produzido na França) e *O drama das secas* (documentário dirigido pelo cineasta Rodolfo Nanni) (CASTRO, 2003a, p. 193).

Se não encontrou tempo suficiente para dar guarida àquela preferência juvenil, tamanha foi a responsabilidade que travou na batalha política para aplacar a fome ancestral dos desvalidos que conheceu profundamente nos manguezais recifenses, o indomável pernambucano foi recompensado com a película *Josué de Castro: cidadão do mundo*, em que Back (1995) em certo sentido o imortalizou, retirando-o do limbo a que parecia condenado pela amnésia histórica da sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Manuel Correia *et al*. **Josué de Castro e o Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

BACK, Silvio. **Josué de Castro**: cidadão do mundo. Rio de Janeiro: Bárbara Produções, 1995. Documentário (fita VHS, 50 min, colorido).

CASTRO, Josué. **Homens e caranguejos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

CASTRO, Anna Maria de. Cronologia. *In*: CASTRO, Josué de. **Fome**: um tema proibido. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003a.

CASTRO, Josué. **Fome**: um tema proibido, 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003b.

_____. **Geografia da fome**. 16. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003c.

COSTA, Humberto. A geopolítica da fome: dos tempos de Josué de Castro aos dias atuais. *In*: ANDRADE, Manuel Correia *et al*. **Josué de Castro e o Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 91.

CAPÍTULO 9

A COMPREENSÃO UTÓPICA DA REALIDADE BRASILEIRA POR ARMAND MATTELART

1 INTRODUÇÃO

Tem sido constante, nos últimos 40 anos, a participação de Armand Mattelart, em congressos, colóquios e seminários realizados em nosso país. Suas ideias circulam amplamente na academia e na sociedade civil, por meio de livros, entrevistas e artigos em periódicos.

Nosso último encontro ocorreu, em 2008, na cidade do Recife, quando Armand proferiu a palestra de encerramento da IV Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Trata-se de evento promovido pela Cátedra Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)/Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) de Comunicação em parceria com a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

O intelectual europeu que, na juventude, assumiu a identidade radicalmente latino-americana evidenciava, nessa ocasião, a afetividade e a curiosidade que têm pelo Brasil, bem como a coerência e a fidelidade às suas utopias libertárias e humanizantes.

2 FLUXOS E TRAJETOS

As ideias de Armand Mattelart, aqui, chegaram ao início da década de 1970, justamente quando o país transitava da segmentação profissional para a convergência midiática. Esse se processo deu, não apenas, no âmbito ocupacional, mas compreende o setor industrial, projetando-se também no espaço acadêmico.

O contato da intelectualidade brasileira com pensadores jovens, polêmicos e combativos representava uma forma de resistência ao ambiente opressivo instaurado no país pelo golpe-dentro-do-golpe simbolizado pelo Ato Inconstitucional 5 (AI-5). Apesar da vigilância diuturna do aparelho repressivo da Ditadura Militar, a circulação das ideias escapava ao seu controle imediato. A importação do pensamento forâneo nutriu a rebeldia dos movimentos juvenis, oxigenando o ambiente de sufoco em que viviam as universidades.

As análises e reflexões de Armand Mattelart foram difundidas em nosso país por intermédio da revista *Comunicación y Cultura*. Lançado no Chile em 1973, esse periódico buscou refúgio na Argentina (1973-1975), depois do Golpe Militar que depôs o presidente Salvador Allende. Finalmente, encontrou terra firme

no México, a partir de 1978, assegurando a continuidade até 1985, quando deu por terminada sua missão.

Trata-se de projeto editorial concebido por um tríduo de intelectuais engajados no movimento de "libertação" dos povos do Terceiro Mundo. Esta opção foi ostentada claramente por meio do lema da revista: "A comunicação massiva no processo político latino-americano".

Além do franco-belga Armand Mattelart, fizeram parte da equipe editorial o argentino Hector Schmucler e o brasileiro Hugo Assmann, estes dois últimos exilados no Chile.

No primeiro número da revista *Comunicación y Cultura*, Armand Mattelart publica o ensaio denominado "O imperialismo em busca da contra-revolução cultural", lido pela vanguarda da academia que estava empenhada na construção do campo comunicacional brasileiro.

Suas teses anti-imperialistas representaram um contraponto ao pensamento hegemônico, que legitimava assimilação dos produtos da indústria cultural oriundos da América do Norte – cinema, televisão e disco – e da Europa Ocidental – fotonovelas, quadrinhos, fascículos e livros de bolso.

Elas dão alento aos intelectuais nacionalistas que combatiam a capitulação frente aos modelos culturais importados, por exemplo, Mauro de Almeida, que denunciou os perigos da colonização brasileira pela potência imperialista, em seu livro *USA: civilização empacotada* (1961). Libelo semelhante foi publicado por Genival Rabelo, focalizando o controle estratégico que as corporações transnacionais projetavam sobre a nossa indústria midiática, no livro-reportagem denominado *O capital estrangeiro na imprensa brasileira* (1966). Perseguidos pelo Regime Militar instaurado em 1964 e endurecido em 1968, tais escritores silenciaram, permanecendo amordaçados.

Daí a significação política da difusão de ideias de Armand Mattelart, como também as de Schiller (1976), que circulam concomitantemente.

3 ENCONTRO, REENCONTROS

Meu conhecimento do trabalho intelectual de Armand Mattelart remonta a 1965, quando visitei o Chile para rever amigos e conterrâneos desterrados pela fúria dos generais que empalmaram o poder, no Brasil, em 1964.

Fui acolhido por Jesus Soares Pereira,[1] o economista que assessorou Getúlio Vargas na criação da Petróleo Brasileiro S/A (Petrobras), Centrais Elétricas

1. A história de vida do meu anfitrião, tio da minha mulher, Maria Silvia, foi por ele resgatada no livro publicado postumamente. Ver Pereira (1988).

Brasileiras S/A (Eletrobras), Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) etc. e por isso mesmo teve os direitos políticos cassados. Na curta permanência de uma semana na capital chilena, convivi intensamente com os exilados brasileiros ali residentes. No sábado, o doutor Soares Pereira me levou à casa de Paulo Freire, onde Dona Elza servia aos amigos uma deliciosa feijoada pernambucana. Almino Afonso, Liana Aureliano, Paulo de Tarso, entre outros participaram, comentando o afluxo de jovens europeus, além dos refugiados latino-americanos. Todos ofereciam ajuda intelectual ao governo Eduardo Frey para implementar projetos de mudança social inspirados pela democracia cristã.

Não me recordo de qualquer menção particular de Paulo Freire ao jovem franco-belga, apesar de trabalharem sob a égide de Jacques Chonchol. Influente assessor do presidente Eduardo Frey, Conchol liderava o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário (INDAP), organismo governamental em que Paulo Freire colaborou inicialmente no programa de capacitação dos agentes da reforma agrária, do qual resultou seu livro *Extensión ó comunicación?* (1969). Também influía no Centro de Estudios de la Realidad Nacional (Ceren), vinculado à Universidade Católica do Chile, onde Armand Mattelart publicou com Michele Mattelart e Mabel Piccini sua primeira incursão no território comunicacional, o estudo *La ideologia de la prensa liberal em Chile* (1970), contendo os resultados de uma pesquisa que ocupou todo o espaço dedicado ao tema *Los medios de comunicación de masas*.

A referência a Armand Mattelart, lembrado como especialista em demografia, foi feita por alguém presente à feijoada de Dona Elza Freire, provavelmente Paulo de Tarso. O que me chamou atenção foi o detalhe sobre a lentidão da burocracia brasileira. Lamentava-se que, antes de aceitar o convite de Chonchol para trabalhar no Chile, o sociólogo franco-belga estivera flertando com o Brasil, por meio da Fundação Getulio Vargas (FGV). Mas o processo decisório da sua contratação marchara lentamente no Rio de Janeiro. Isso refletia com certeza o clima de indefinição política que se instaurou no Brasil, após a renúncia de Jânio Quadros, culminando com o Golpe Militar de 1964, que fechou as portas do país aos intelectuais progressistas.

Tanto assim que as investigações preliminares de Armand e também de Michele no âmbito latino-americano começam pela vertente demográfica, devidamente comprovada pelo livro sobre a problemática da população latino-americana. Originalmente publicado na França, em 1964, o livro somente foi divulgado na América Latina mais de uma década depois (MATTELART; MATTELART, 1982).

Armand Mattelart tem uma trajetória intelectual semelhante à de Paulo Freire. Ambos despontam no cenário acadêmico do Chile que se democratiza –

governos Frey e Allende. De formação católica, tanto Armand quanto Paulo assimilaram o ideário marxista no Chile, engrossando a corrente de pensamento que posteriormente seria conhecida como "teologia da libertação", tendo Hugo Assmann como um dos seus principais esteios.

4 FORMAÇÃO ACADÊMICA

A formação universitária de Armand Mattelart principia no campo teológico-pastoral, quando se integra a uma comunidade de "monges seculares" dedicados à causa dos "pobres do terceiro mundo". Mas logo exclui essa vereda religiosa, matriculando-se no campo das ciências sociais da Universidade Católica de Louvain, na Bélgica, onde se diploma em Direito e Ciência Política, prosseguindo sua carreira na França, onde estuda demografia no instituto então dirigido por Alfred Sauvy.

Se decidiu abandonar a vida religiosa, não renunciou jamais à utopia missionária, mesmo depois de casar-se com sua colega de universidade e parceira intelectual, Michele. Transferindo-se para a América Latina, na década de 1960, eles testemunharam a revolução pacífica ao socialismo que então se prenunciava, tendo o Chile como palco dessa mutação, liderada por uma frente única de cristãos e comunistas.

Ali Armand Mattelart atuou inicialmente como demógrafo e analista político, o que está explícito em Mattelart (1964) e nas duas obras que escreveu a quatro mãos com sua esposa Michele (Mattelart; Mattelart, 1982), bem como no ensaio produzido em coautoria com Carmen e Leonardo Castillo (1970).

5 OPÇÃO COMUNICACIONAL

A pesquisa que Mattelart desenvolveu com Michele e a colega argentina Piccini (1970) no Ceren, Universidade Católica do Chile, tem influência decisiva na sua opção pelo campo comunicacional.

A partir daí, amplia-se consideravelmente sua produção acadêmica sobe comunicação de massa, conquistando leitores em todo o continente americano.

Sua primeira obra publicada no Brasil (MATTELART, 1976) trata-se de ensaio originalmente publicado em Cuba, na revista *Casa de las Américas*, que impressionou seu apresentador brasileiro, Eduardo Francisco Alves, justamente por seu caráter "profético", antecipando a "agressão cultural" que as empresas multinacionais orquestravam para a América Latina.

Contudo, sua fama foi urdida pelo livro escrito em parceria com o crítico literário Dorfman (MATTELART; DORFMAN, 1977), rotulado pelo tradutor brasileiro, o quadrinhólogo Álvaro de Moya, como "panfleto, uma obra sectária,

política, parcial, radical, esquerdista, antiimperialista e anticolonialista, em seu bom e em seu mau sentido".

Aliás, os autores não escondem tal singularidade, declarando explicitamente, no "prólogo para pato-logos":

> O leitor que abre este livro seguramente se sentirá desconcertado. (...) Para ter acesso ao conhecimento, que é uma forma de poder, não podemos continuar reforçando, com os olhos vendados e a língua travada, os rituais de iniciação com que as sacerdotisas da *espiritualidade* protegem e legitimam seus direitos exclusivos de pensar e opinar. (DORFMAN; MATTELART, 1973, p. 1).

A estratégia funcionou perfeitamente, pois o livro "teve o privilégio de ser censurado nos Estados Unidos", tornando-se um dos "mais vendidos na América Latina". De acordo com Berger (2001, p. 259) foram publicadas 30 edições em espanhol e 15 em outras línguas, perfazendo, até 1996, mais de 1 milhão de exemplares.

Logo a seguir, apareceu, no mercado editorial brasileiro, a obra *Multinacionais e sistemas de comunicação* (MATTELART, 1978), traduzido pelo aluno de Mattelart no doutorado, Laymert Garcia dos Santos, que se empenhou em difundir o pensamento do mestre no Brasil.

6 FOCALIZANDO O BRASIL

As frequentes visitas feitas por Mattelart, na década de 1980, inclusive a participação emblemática como conferencista de encerramento do IV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (1981) dedicado ao tema "Comunicação, hegemonia e contrainformação", o induziram a descobrir as peculiaridades da cultura midiática nacional.

Evidência disso é o livro *Carnaval das imagens*, publicado inicialmente em francês (1987) e traduzido para o português (MATTELART; MATTELART, 1989). Seu foco é a telenovela brasileira, que Armand e Michele, coautores, consideram como marco na profusão dos fluxos midiáticos protagonizados pelas indústrias televisivas do terceiro mundo. Em entrevista à revista *Comunicação & Educação*,[2] Armand reconhece explicitamente a importância desse livro em sua trajetória intelectual.

Na verdade, a gênese da sua experiência brasileira foi balizada por dois autores cujas ideias estão imbricadas na realidade brasileira: Gramsci e Certeau.

Primeiro, Gramsci, cuja releitura foi incentivada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a partir dos congressos de 1980

2. Entrevista concedida à edição de número 11 de janeiro/março de 1998.

(classes subalternas) e de 1981 (contra-hegemonia). Convidado para participar desse segundo evento, Mattelart diz que "a volta de Gramsci foi um símbolo" (MATTELART, 1999, p. 18-19), exercendo grande influência na inclusão das variáveis de natureza cultural nos estudos de comunicação. Depois, Certeau, que participou da missão Lang, partilhada com outros intelectuais franceses, com a finalidade de criar um "espaço audiovisual latino".

> É aqui – segundo Armand – que se vê a influência do Brasil sobre Certeau. Ele retomou todo um conceito de cultura popular, de redes populares, de solidariedade (...) Ele trata o problema das redes populares como maneira de refletir também sobre a evolução da comunicação. (FÍGARO; MALDONADO, 1998, p. 64).

A propósito da sua própria inspiração, Armand Mattelart explica: "para nós, o Brasil não era uma oportunidade para nos apoderarmos de uma experiência, mas sim uma maneira de refletir a partir de uma experiência que é só brasileira, sobre fenômenos que não se interpelam". E explica com clareza: "Nesse sentido, quando se olha *Pensar as mídias* e o quadro teórico de *Carnaval das imagens*, nota-se uma continuidade, um prolongamento. Parece que o Brasil nos interpela, nos interroga para irmos além, sobre a análise da evolução dos sistemas de comunicação eletrônica".

E completa de modo enfático, falando em nome do casal Mattelart:

> Para nós, o contato com a realidade brasileira – que intuíamos, naturalmente, a partir de nossas leituras e de observações de companheiros – era importante. Antes, tinha feito um estudo sobre o Brasil que não foi publicado aqui. Foi quando fizemos (Armand e Hector Schmucler) o relatório que se chama: *América Latina en la encrucijada temetática*.
>
> Durante dois meses estive aqui, entrevistando todo o primeiro escalão dos que trabalhavam no campo da informática. Está publicado na Argentina pela Paidós (1983). Há todo um capítulo sobre o Brasil. Não caí no Brasil de pára-quedista. Sabia que o Brasil já me havia fascinado. Creio que nesse sentido McLuhan tem razão. Creio que o Brasil, no mundo e na evolução das tecnologias, é um país tecnológico por excelência, na captação, pelos sentidos, da tecnologia. Não sei se isto está claro para vocês, mas isto é fundamental. (ROSELI; EFENDY, 1998, p. 66).

Posteriormente, circularam os livros individuais de Armand (1996a, 1996b, 2000a, 2000b, 2002a, 2002b, 2002c, 2005), bem como o manual escrito em parceria com Michele (2000).

7 ECONOMIA POLÍTICA

Nessa primeira década do século XXI, o trânsito de Armand Mattelart pela academia brasileira tem privilegiado o itinerário da economia política da comunicação (EPC) e da cultura.

Esse rico filão de estudo, valorizando a importância da economia para a compreensão e a gestão dos processos comunicacionais, não configura, entretanto um campo acadêmico com a mesma identidade que assume a linha de pesquisa aglutinada sob a liderança de Dallas Smythe no âmbito da International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Aquele grupo lança uma plataforma investigativa a partir da crítica de Karl Marx à economia política no capitalismo, formulando hipóteses e desvendando problemas vigentes na promissora indústria de bens simbólicos, cujo traço mais evidente é a face transnacional e cujo enigma desafiador continua a ser a vocação imperialista.

Trata-se de questões que Armand Mattelart explora de forma paradigmática, assim como o fez Herbert Schiller, cujas teses chegam cedo ao Brasil, ainda nos anos 1970 e 1980, mas que só iriam motivar pesquisas avançadas na década de 1990, quando se funda o Grupo de Trabalho de Economia Política da Comunicação no âmbito da Intercom.

Apesar de não reivindicar o monopólio da "crítica", a economia política da comunicação desponta entre nós no exato momento em que circula o clássico ensaio de Paul Baran e Paul Sweezy (1968): *Comentários sobre o tema da propaganda*.

Mas o campo só germina com a matriz marxista, quando aparece em nosso mercado o livro de Herbert Schiller (1976), em que o autor deu sequência às ideias esboçadas por Dallas Smythe, com quem conviveu durante breve período na Universidade de Illinois, nos anos 1960. Tanto assim que o canadense foi convidado a prefaciar essa obra de estreia do autor, lançada em inglês em 1971 e depois traduzida concomitantemente para o português e o espanhol.

Marco mais abrangente seria fincado por Armand Mattelart, depois da profícua jornada latino-americana, durante os governos de Frey-Allende no Chile. Na ocasião, ainda sob inspiração althusseriana, ele realiza instigante observação sobre a ideologia do imperialismo cultural. Mas, no retorno ao espaço europeu, empreende ampla investigação sobre as entranhas do capitalismo midiático, revisando e aprofundando algumas premissas sugeridas por Smythe e Schiller. Para tanto, desenvolve pesquisas em fontes norte-americanas.

Argumentando que "o Ocidente desenvolvido e rico exercia imperialismo cultural sobre os países menos desenvolvidos", Mattelart usou, segundo Jorge Pedro Sousa, um "quadro marxista", estudando "o modo de produção do setor da comunicação, incluindo os instrumentos e métodos de trabalho e as relações de produção, prestando especial atenção à internacionalização dos media e da comunicação" (SOUSA, 2006, p. 220).

Evidências dessa inserção no território da economia política da comunicação, no apogeu da Guerra Fria e no limiar da mundialização, estão contidas nos

livros sobre a internacional publicitária (MATTELART, 1989, 1990). São cronologicamente posteriores ao seu diálogo com a vanguarda acadêmica brasileira, iniciado em 1981, durante o ciclo de estudos sobre "hegemonia e contrainformação", mas contemporâneas do seu olhar sobre a ficção exportada pela nossa indústria cultural.

Um dos seus interlocutores mais lúcidos tem sido o jornalista César Bolaño, responsável pela revisão crítica da economia brasileira à luz dos postulados marxistas. Esse jovem galego-paulistano começa a vislumbrar um território fascinante, em que a teoria da comunicação e a economia política se entrecruzam dinamicamente.

Ao criticar teses circulantes no Brasil sobre as relações entre televisão e capitalismo (Sérgio Caparelli) e publicidade e capitalismo (Maria Arminda Nascimento), ele demonstra sua afinidade com as perspectivas ensejadas pelo Armand Mattelart dos "aparelhos ideológicos do imperialismo" e pelo Herbert Schiller do "império norte-americano das comunicações" (BOLAÑO, 1988, p. 17).

Pretendendo fomentar o diálogo entre a economia política e outras áreas de conhecimento que transitam pelo campo comunicacional, Bolaño (2009) organizou o livro *Comunicação e a crítica da economia política*, concebido para iluminar as controvérsias e imprecisões que assolam esta disciplina-fronteira, ou melhor, para esclarecer o verdadeiro objeto da EPC.

Sua premissa é a de que a economia política da comunicação "pertence" ao universo das ciências da comunicação, mas "não chega a ser bem compreendida". Vale-se do argumento de que as "pretensões de legitimidade científica" do campo comunicacional podem se beneficiar de "um paradigma teórico crítico, transversal e interdisciplinar, enraizado em fortes tradições das Ciências Humanas".

Destacam-se, nesse panorama, três contribuições ricas em ousadias, inovações e controvérsias, mas que convergem naturalmente para o cerne do debate proposto, nutrindo e revitalizando a "luta epistemológica" sugerida pelo organizador.

Entre elas, cabe realçar a importância da revisão crítica empreendida com simplicidade, sabedoria e paixão por Armand Mattelart, sintetizando a "arqueologia" e problematizando a "futurologia" da "sociedade da informação". Içando a bandeira da utopia, ele evoca o "velho ideal da solidariedade humana", como a "única muralha contra o retorno da barbárie".

Sua justificativa é dramática: "Somente essa utopia do saber compartilhado, tanto na produção como no consumo, pode nos precaver contra os projetos de sociedade da informação" que encarnam as "ideologias etnocêntricas da modernização sem fim". Seu argumento é convincente: a "realidade contemporânea" é

feita de "tensões e de compromissos", tendo se esfarrapado a "esperança" de uma "sociedade liberada das algemas do produtivismo".

Em seu lugar, emerge um padrão de sociedade em que abundam "a precariedade, a super-exploração, a mobilidade forçada, enfim, a cooptação do "capital humano para fins lucrativos".

8 CONCLUSÃO

Professor aposentado da Universidade Paris VIII, Armand Mattelart tem se dedicado, ultimamente, ao fortalecimento da cidadania como variável decisiva na democratização da comunicação. Este é o motivo que o tem conduzido frequentemente ao território brasileiro, respaldando a "fórmula dos observatórios de mídia", inaugurada pelo Fórum Social Mundial de Porto Alegre desde 2003.

Tanto assim que a conferência de Recife, mencionada na abertura desse capítulo, cuja versão em língua portuguesa foi publicada integralmente pela *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* (2009, p. 33-50), traz um conselho oportuno aos pesquisadores da nossa área.

> Somente as ciências que escapam do elitismo e das torres de marfim acadêmicas, e que evitam entrar no jogo do populismo, podem servir como um contrapeso para o mito de uma sociedade global da informação conduzida pelos monopólios cognitivos e suas lógicas de curto prazo. Esse mito faz apenas reciclar o velho esquema difusionista de levar as informações e o conhecimento a partir dos que sabem para aqueles que supostamente nada sabem. (...) É somente sob esta condição que a nova utopia do compartilhamento do saber pode nos ajudar a construir democracias pensadas não apenas em termos de identidades múltiplas, mas à luz do imperativo categórico da igualdade e da justiça social.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mauro de. **USA**: civilização empacotada. São Paulo: Fulgor, 1961.

BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. **Comentários sobre o tema da propaganda**. Recife: ICINFORM, 1968.

BERGER, Christa. A pesquisa em comunicação na América Latina. *In*: HOHLFELDT, Antônio (Org.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 241-277.

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: Edufs, 1988. p. 17.

_____. **Comunicação e a crítica da economia política**. Aracaju: Editora da UFS, 2009.

BRITTOS, Valério. **Economia política da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2008.

CAREY, James. **Communication as culture**. Boston: Unwin Hyman, 1989.

DIAZ NOSTY, Bernardo. **Armand Mattelart**: Las referencias del pensamiento. Infoamérica.org. Málaga: Universidad de Málaga, 2009.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para leer el Pato Donald**. Valparaiso: Ediciones Universitárias, 1973. p. 1.

FREIRE, Ana Maria Araújo. **Paulo Freire**: uma história de vida. São Paulo: Villa das Letras, 2006.

FREIRE, Paulo. **Extensión ó comunicación?** Santiago: Icira, 1969.

GARRETÓN, Manuel Antônio; VALDÉS, Hernan. **Cultura y comunicaciones de masas**: materiales de la discusión chilena, 1970-1973. Barcelona: Laia, 1975.

GOBBI, Maria Cristina. **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2008.

IV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE MÍDIA CIDADÃ. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Intercom, v. 32, n. 1, p. 33-50, jan./jun. 2009.

LOPES, Maria Immacolata V. **Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 1999.

MARQUES DE MELO, José. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008a.

_____. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008b.

_____. **Pensamiento comunicacional latinoamericano**. Sevilla: Comunicación Social, 2009.

MATTELART, Armand. **Manual de Análisis Demográfico**. Santiago: Universidad Católica de Chile, 1964.

_____. **As multinacionais da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

_____. **Multinacionais e sistemas de comunicação**. São Paulo: Ciências Humanas, 1978. Tradução de Laymert Garcia dos Santos.

_____. **L`International Publicitaire**. Paris: La Decouverte, 1989.

_____. **La Publicité**. Paris: La Decouverte, 1990.

_____. **Comunicação mundo**. Petrópolis: Vozes, 1996a.

_____. **A invenção da comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996b.

_____. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000a.

_____. **História da sociedade da informação**. Lisboa: Bizâncio, 2000b.

_____. **Pensar as mídias**. São Paulo: Loyola, 2002a.

_____. **História da utopia planetária**. Porto Alegre: Sulina, 2002b.

_____. **História da utopia planetária***: da cidade profética à sociedade global.* Lisboa: Bizâncio, 2002c.

_____. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MATTELART, Armand; CARMEN, Castillo; LEONARDO, Castillo. **La ideologia de la dominación em una sociedad dependiente**. Santiago: Signos, 1970.

MATTELART, Armand; DORFMAN, Ariel. **Para ler o Pato Donald**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **Juventud Chilen**: Rebeldia y Conformismo. Santiago: Editorial universitária, 1970.

_____. **La problemática de la población latinoamericana**. México: Premia Editora, 1982. [1. ed. Paris: Editions Universitaires, 1964].

_____. **Carnaval das imagens**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele; MABEL, Piccini. La ideologia de la prensa liberal em Chile. **Cuadernos de la Realidad Nacional**, n. 3, marzo 1970.

PEREIRA, Jesus Soares. **O homem e sua ficha**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1988.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis. **Cultura y comunicación política en la transición em Chile**. Madrid: Cedeal, 1992.

RABELO, Genival. **O capital estrangeiro na imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

RUDIGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis: Vozes, 1976.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

CAPÍTULO 10

O PENSAMENTO LATINO-AMERICANO NAS BRECHAS DA GUERRA FRIA

1 A CONJUNTURA DESENVOLVIMENTISTA

1.1 Desafio

A trajetória histórica do pensamento comunicacional latino-americano ainda está para ser inventariada com rigor e analisada com audácia. Há fatos, cenários e personagens que suscitam polêmicas entre os historiadores, exacerbando os críticos, inibindo os indiferentes e confundindo os exegetas.

Mas um dado parece consensual. Trata-se do lugar ocupado pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) como divisor de águas no estudo científico da comunicação latino-americana.

Instalado em Quito, no Equador, por iniciativa da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), essa agência internacional foi em grande parte influenciada, na sua gênese, por outro organismo da rede mantida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para superar o atraso do nosso continente em relação aos países desenvolvidos. Trata-se da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) sediada em Santiago do Chile, onde floresceu a "teoria da dependência". Segundo o sociólogo português Boaventura Santos (2009) foi ali que prosperou a "ousadia latino-americana do século passado ao esboçar um pensamento autóctone".

Intelectuais consagrados, como o economista argentino Raul Prebisch, e jovens cientistas sociais, como o brasileiro Fernando Henrique Cardoso e o chileno Enzo Faletto, se deram conta da "inadequação", para América Latina, dos "marcos teóricos" oriundos do paradigma da "ciência ocidental". A tese de Boaventura Santos (2009) é a de que as "categorias" vigentes nas ciências sociais foram plasmadas em países como Alemanha, Inglaterra, França, Itália e Estados Unidos, razão pela qual "não se aplicam à nossa realidade". Por isso mesmo, ele lamenta que "muitos teóricos latino-americanos", que hoje são considerados como "clássicos", não alcançaram o "sucesso que deveriam ter".

Justamente porque identificaram a "discrepância" entre o "marco teórico" da ciência hegemônica e a "realidade dos nossos países", Boaventura Santos concita a nova geração de pesquisadores sociais a "inventar novos conceitos" para que possamos "compreender" as nossas sociedades.

1.2 Desenvolvimentismo

Instituição pública existente desde 1959, o Ciespal foi estabelecido mediante convênio entre a Unesco e a Universidade Central do Equador, cujo campus funcionou durante os anos dourados.

Lembre-se de que a Unesco, desde sua própria fundação, em 1947, já vinha potencializando o uso dos meios de comunicação em programas de desenvolvimento econômico. O diagnóstico feito na década de 1950 – *La formation des Journalistes* (Paris, Unesco, 1959) – indicava que os países em vias de desenvolvimento deveriam ser estimulados a acelerar os processos de mudança social, educando a população por meio da mídia. O quadro da América Latina, descrito pelo argentino Juan Valmaggia, reforça a necessidade de elevar o nível cultural dos jornalistas, neutralizando eventuais tendências tecnocráticas ou posturas alienantes.

Essa estratégia da Unesco foi montada a partir de duas variáveis: *i*) modernização tecnológica – por meio da importação de equipamentos capazes de suportar projetos de desenvolvimento nacional e/ou regional; e *ii*) formação de recursos humanos sintonizados com essa estratégia, meta considerada prioritária. Tanto assim que foram criadas várias agências de fomento a esses projetos, entre as quais o Centro Internacional de Estudos Superior de Jornalismo (CIESJ) – sob a liderança de Jacques Leauté, em Estrasburgo, na França, mas direcionado para atender às demandas da África –, o Instituto de Comunicação Coletiva (ICC) – coordenado por Glória Feliciano, na Universidade das Filipinas, com a missão de servir a Ásia – e o Ciespal – sob o comando do jornalista Jorge Fernandez, comprometido com a América Latina.

O Ciespal atuou nos anos 1960 e 1970 como centro de estudos avançados em jornalismo, desenvolvendo pesquisas sobre os meios de comunicação e promovendo cursos de pós-graduação, em um tempo em que não havia programas de mestrado e doutorado na região, em nossa área de conhecimento. Desde 1960 até 1975, o centro de Quito promoveu o Curso Internacional de Ciências de la Información Colectiva, titulando mais mil especialistas na área.

Além disso, a instituição manteve um centro de documentação, reunindo acervos doados por entidades de todo o continente, além de organizar seminários regionais e oficinas de produção midiática. No âmbito editorial, publicou livros, revistas e material didático.

Esse foi o caldo de cultura que nutriu o pensamento comunicacional latino-americano. As sementes plantadas por cientistas e profissionais da comunicação recrutados nos centros hegemônicos do saber foram irrigadas pela equipe equatoriana liderada por Jorge Fernandez, cujos colaboradores imediatos mais destacados foram Gonzalo Córdova, Ramiro Samaniego e Marcos Ordoñez.

A colheita foi realizada pelos bolsistas latino-americanos que frequentaram os cursos internacionais de Quito. E as ideias mestiças resultantes do cruzamento entre o saber forâneo e a práxis nativa foram transformadas em produtos acadêmicos, circulando em todo o continente.

1.3 Celeiro de ideias

Intelectual proeminente no Equador, Jorge Fernández destacou-se como ensaísta e romancista, mas foi, sobretudo, como jornalista que ganhou prestígio, escrevendo diariamente os editoriais do jornal *El Comercio* de Quito, o veículo mais importante da imprensa nacional, mantido pela família Mantilla. Tamanha confiança ele desfrutava junto aos proprietários da empresa, que foi incumbido de escrever a biografia do referido periódico por ocasião do seu cinquentenário. Essa tarefa foi cumprida por meio do livro *Tránsito a la libertad* (Quito, Editorial El Comercio, 1956).

O perfil traçado por Humberto Toscano caracteriza-o como diplomata e jornalista. Tinha "uma pena irrigada pela inteligência clarividente e pelo profundo estudo das realidades. Enriqueceu a literatura equatoriana com um romance, *Los que viven por sus manos*, lido e comentado em todo o continente". A propósito da sua biografia institucional, anota o referido autor: "Jorge Fernández soube narrar plenamente a história de *El Comercio*; soube contá-la como de fato transcorreu a vida do jornal: em íntima comunhão com a pátria". E acrescentou: "Além de ser uma biografia (...) *Tránsito a la libertad* é um estupendo ensaio sobre a primeira metade do século XX equatoriano".

O fundador do Ciespal contava com a adesão de "equatorianos ilustres", entre eles os componentes do clã capitaneado por Don Carlos Mantilha, proprietário do jornal *El Comércio*, empresa que deu aval público para as negociações entre o governo equatoriano e a administração da Unesco, mantendo esse apoio durante muitos anos (LEON, 1991).

1.4 Conjuntura histórica

No fim da década de 1940, a recém-fundada Unesco disseminou a mística do desenvolvimento: na verdade, uma estratégia para queimar etapas no processo de urbanização e industrialização, recorrendo à mídia como mediador sociopolítico.

Schramm (1964) foi o condutor desse movimento, cuja tese central é a seguinte: qualquer esforço de desenvolvimento econômico nos países periféricos esbarra na resistência das elites nacionais, bloqueando a disseminação das idéias que dão sustentação às mudanças sociais. Logo, a situação só pode ser revertida se houver uma ofensiva governamental no sentido de garantir o regime de liberdade de imprensa nos países autoritários, logrando em seguida a difusão de novos estilos de vida e padrões de comportamento capazes de auspiciar a liberdade de imprensa e consequentemente a plena vigência do sistema democrático.

Para obter essa mudança fazia-se necessário promover a reciclagem dos jornalistas, tornando-os conscientes do direito da informação como alavanca do desenvolvimento político, embrião de uma nova ordem mundial da comunicação.

A essa tarefa dedica-se inicialmente o Ciespal, reciclando jornalistas e professores de jornalismo, promovendo cursos e seminários, com a participação de lideranças acadêmicas e autoridades pedagógicas. Enfim, nutrindo o pensamento comunicacional latino-americano.

1.5 Difusão de ideias

Quem são os pensadores disseminados pelo Ciespal?

Vamos nos ater aos dados referentes ao primeiro período: desenvolvimentismo mestiço (1960-1969) (MARQUES DE MELO, 2009b). O principal contingente da época do desenvolvimentismo mestiço é constituído pelos pensadores norte-americanos e secundado pelos franceses. Raymond Nixon, Wilbur Schramm e Paul Deutschman são os norte-americanos mais frequentes. Na coluna dos franceses, a dianteira foi ocupada por Jacques Kayser (1963, 1964) e Jacques Leauté (1964, 1966).

Pluralista, o Ciespal incluiu representantes do pensamento vigente nos países comunistas, ente eles Miczyslaw Kafel (1961) e Karen Kachaturov (1968). Poucos latino-americanos foram publicados, inclusive os brasileiros Danton Jobim (1960, 1961, 1964) e Luiz Beltrão (1963).

1.6 Geografia autoral

O desafio de compreender o processo de transição entre a importação de ideias forâneas e a difusão do pensamento autóctone demandou a construção de uma "geografia autoral". Para tanto, buscamos como referência dois indicadores: *i*) livros editados pelo Ciespal; e *ii*) artigos publicados na revista *Chasqui*.

No primeiro caso, foi reconstituída a lista dos títulos editados na primeira década (1960-1970) e consultada a dos títulos disponíveis no portal da instituição, integrantes da coleção *Inityan*, cobrindo portanto o período recente (1989-2009).

No segundo caso, consideramos as evidências sobre a difusão do conhecimento disseminado pelo centro internacional. Nenhuma fonte mais apropriada que a revista *Chasqui*, pelo seu grande impacto na comunidade acadêmica. As amostras representam dois momentos na vida ciespalina: *i*) a conjuntura posterior ao seminário de Costa Rica (1973-1978), quando escasseiam as fontes de financiamento proveniente das fundações norte-americanas; e *ii*) o período marcado pela obtenção de fundos alemães (Friedric Ebert), quando a revista científica ingressa em nova fase (1981-1986), cujos dados estão explícitos no índice referente aos números 1 ao 20.

Mas, antes de examinar os períodos históricos, vale a pena ter uma visão comparativa. O anexo deste capítulo oferece um panorama marcado por contrastes.

Chama atenção, nesse quadro geográfico, a variação entre os dois territórios explorados: o do conhecimento validado pelos pares – implícito nos livros – e o do conhecimento em processo de validação – simbolizado pelo periódico científico. A amostra do fundo editorial demonstra que o pensamento forâneo predominou inicialmente, sendo superado pelo pensamento autóctone em período mais recente. No território da revista, esse contraste não aparece, por motivo compreensível: o veículo só veio circular uma década após, refletindo a "virada crítica" que marca a conjuntura dos anos 1970.

Verificando a procedência do conhecimento disseminado por meio do livro, a análise relativa ao fundo editorial ciespalino confirma a mudança radical entre o período inicial e a fase recente.

A primeira década (1960-1969) evidencia a prevalência do hegemônico pensamento forâneo em relação ao emergente pensamento autóctone. De cada três livros editados pelo Ciespal para subsidiar o estudo dos participantes dos cursos internacionais realizados em Quito, dois foram escritos por autores forâneos e apenas um por autores latino-americanos.

A fase recente (1989-2009) exibe tendência diametralmente oposta. Inverte-se o quadro com a predominância dos autores latino-americanos sobre os estrangeiros – a correlação é de três para um.

Convém ampliar a questão autoral: quem são os pensadores disseminados pelo Ciespal nos diversos períodos de sua trajetória?

Para melhor entender e analisar os resultados da observação realizada vamos separar os dados por etapas históricas, conforme periodização (MARQUES DE MELO, 2009b, p. 8), que em grande parte se ajusta aos cortes temporais aqui feitos: Desenvolvimentismo mestiço (1960-1969); Resistência crítica (1972-1978); Radicalização alternativa (1981-1986) e Legitimação acadêmica (1989-2009).

1.6.1 Desenvolvimentismo mestiço – 1960-1969

O principal contingente é constituído pelos norte-americanos – a exemplo dos mais frequentes Raymond Nixon, Wilbur Schramm e Paul Deutschman –, secundado pelos franceses.

Nixon (1961, 1963) foi docente durante vários anos, ministrando cursos sobre teoria do jornalismo e metodologia da pesquisa em comunicação, o que motivou reedições de seus manuais didáticos. Sua presença no quadro acadêmico da instituição foi estratégica, pela liderança que ocupava na

comunidade mundial das ciências da comunicação e pela postura liberal que o caracterizou intelectualmente, fortalecendo o pluralismo peculiar à primeira fase (MARQUES DE MELO, 2003, p. 346-352).

Embora Schramm (1964, 1965) não tenha sido professor do Ciespal, suas ideias alcançaram grande repercussão, difundidas por seus ex-alunos e discípulos, certamente responsáveis pela tradução das duas coletâneas básicas adotadas nas faculdades de comunicação dos Estados Unidos. Uma delas serviu como texto de apoio aos professores de teoria da comunicação e a outra foi útil para introduzir os jovens estudantes no campo comunicacional (MARQUES DE MELO, 2008, p. 115-124).

Precocemente falecido, Deutschmann (1962, 1965) figurou no Ciespal como paradigma metodológico, justificando-se a tradução de pesquisas de conteúdo e audiência realizadas sob sua direção nos Estados Unidos, cuja iniciativa coube ao seu colega John McNelly e ao seu discípulo Ramiro Samaniego.

Também foram editados: Gabe C. Parks, Jac McLoyd , James Markham, Ralph Nazfiger, Wesley Clark , Wayne Danielson, entre outros.

Na coluna dos franceses, a dianteira foi ocupada por Jacques Kayser (1963, 1964), que se converteu na principal referência para os estudos de jornalismo comparado, e Jacques Leauté (1964, 1966), animador dos estudos sobre ética e direito da informação. Logo a seguir, estão Jacques Godechot (1964), especialista em metodologia de história da imprensa, e Joffre Dumazedier (1966), autoridade mundial em sociologia da comunicação e do lazer.

Projetaram-se como referentes do pensamento comunicacional dos países do ocidente europeu o psicólogo alemão Gerhard Maletzke (1965), o sociólogo belga Roger Clausse (1963), o politicólogo italiano Vitaliano Roviggati (1968) e o jornalista espanhol Manuel Calvo Hernando (1965).

Mas a filosofia pluralista do Ciespal incluiu também representantes do pensamento vigente nos países comunistas, como é o caso do polonês Miczyslaw Kafel (1961) e do russo Karen Kachaturov (1968).

Entre os poucos latino-americanos publicados, prevaleceu inicialmente certo equilíbrio nacional. Duplas de brasileiros: Danton Jobim (1964) e Luiz Beltrão (1963), equatorianos: Jorge Fernández (1960) e Ramiro Samaniego (1968), chilenos: Edgardo Henry Rios (1961) e Ramón Cortez Ponce (1964) e colombianos: Antonio Garcia (1964) e Juan Isaac Lovato (1963) convivem com o mexicano Manuel de Gusmán (1961) e o argentino Carlos Fayt (1964).

Seus temas principais são a pedagogia do jornalismo (Beltrão, Jobim, Fernández e Ponce), o direito de informação (Guzmán e Ovato), a metodologia da pesquisa (Samaniego e Fayt), a comunicação para o desenvolvimento (Garcia) e a linguagem jornalística (Rios).

1.6.2 Resistência crítica (1972-1978)

Opera-se, nessa conjuntura, uma mudança radical. A revista *Chasqui* antecipa, em suas primeiras edições, o sentimento de ruptura epistemológica que estava incubado na comunidade acadêmica da área, cujo brado de alerta se difunde por meio do Seminário de Costa Rica (1973).

Os autores latino-americanos ocupam praticamente toda a cena, cabendo aos pesquisadores forâneos papel secundário. A relação quantitativa entre os dois grupos é surpreendente: um para 15, privilegiando a prata da casa.

Entre os pensadores estrangeiros, figuram solitriamente o norte-americano John McNelly e os nórdicos Kaarle Nordestreng e Tapio Varis.

Entre os pensadores autóctones, apenas o colombiano Antonio Garcia pertence à geração dos pioneiros. Projeta-se um grupo que ocuparia posição de vanguarda na conjuntura, como o argentino Eliseo Verón, o boliviano Luis Ramiro Beltrán, o chileno Fernando Reyes Mata, o venezuelano Luis Aníbal Gómez e o paraguaio Juan Diaz Bordenave. Contudo, aparecem novos talentos, cujas ideias e conhecimentos conquistariam espaço na agenda continental, por exemplo, o argentino Juan Braun, os brasileiros Hugo Assmann, João Bosco Pinto e Cremilda Medina, os chilenos Raquel Salinas e Luis Torres, o porto-riquenho Jaime Gutierrez e o venezuelano Jerry O`Sullivan.

Contudo, destaca-se nesse período a prevalência do grupo equatoriano atuante no próprio Ciespal: Gonzalo Córdova, Marco Ordoñez, Jorge Merino e Benjamin Ortiz.

Para tornar visível o protagonismo que assume a equipe do Ciespal, socializando o conhecimento ali produzido e estocado, basta anotar que seus textos representam 28% do total, vindo logo a seguir os grupos argentino (17%), colombiano (13%) e venezuelano (12%).

1.6.3 Radicalização alternativa (1981-1986)

A nova fase da revista *Chasqui*, iniciada em 1981, significa não apenas mudança de formato, mas de política editorial. O periódico deixa de ser uma publicação doméstica ou artesanal para assumir fisionomia industrial, atualizando também sua rotina produtiva, que se profissionaliza, contando com subsídios da Fundação Friedrich Ebert. Para conquistar reconhecimento acadêmico, institui um conselho internacional, que se reuniu periodicamente em Quito para avaliar o periódico e construir sua agenda editorial.

Um indicador da internacionalização da revista é a ultrapassagem do que se poderia chamar de xenofobia, revalorizando a participação forânea, em menor proporção que na primeira fase do Ciespal e bem mais expressiva do que no período amadorístico da revista.

Cresce e altera-se o corpo de colaboradores internacionais. São remanescentes das primeiras fases o norte-americano Raymond Nixon e os nórdicos Kaarle Nordestreng e Tapio Varis. Passam a comparecer às páginas de *Chasqui* componentes da nova vanguarda comunicacional, como o inglês James Halloran, o canadense William Mellody, o catalão Miquel de Moragas e os norte-americanos Herbert Schiller, Emile McAnany, Robert White, Everett Rogers e Elizabeth Fox, além do alemão Peter Schenkel, representante da fundação patrocinadora do projeto.

Amplia-se e renova-se a presença latino-americana. Figuras de expressão internacional colaboram com maior assiduidade: Antonio Pasquali, Luis Ramiro Beltrán, Rafael Roncagliolo, Mário Kaplun, Juan Somavia, Hector Schmucler, Nestor Canclini, Jesus Martin Barbero e José Marques de Melo. Figuram, porém, com maior intensidade as lideranças das novas gerações, como a argentina Marita Mata, o boliviano Alfonso Gumucio, os chilenos Pablo Portales e Valério Fuenzalida, o cubano Lopez Vigil, os mexicanos Beatris Solis e Javier Esteinou Madrid, o venezuelano Alejandro Alfonso, a peruana Teresa Quiros e os brasileiros Carlos Eduardo Lins da Silva, Pedro Gilberto Gomes e Luis Gonzaga Motta.

Encontra-se aqui uma amostra representativa da Escola Latino-Americana de Comunicação, artífice do pensamento sobre comunicação que ganhou reconhecimento internacional na segunda metade do século XX (LEON DUARTE, 2007).

1.6.4 Legitimação acadêmica (1989-2009)

Deixamos o espaço vibrante da revista acadêmica para retornar ao universo do conhecimento socialmente legitimado, mas que está contido nas coleções de livros. A amostra da coleção Inityan traz algumas revelações.

Em relação a esse contingente da passagem do século (1989-2009), a presença latino-americana é majoritária, cinco vezes maior que a forânea. Dessa última, fazem parte autores remanescentes da primeira fase, por meio de reedições (Maletzke e Rovigatti) e livros novos (Calvo Hernando), mas também autores novos (Berwanger e Schenkel).

Entre os latino-americanos encontram-se autores projetados anteriormente, como Antonio Garcia, Jesus Martin Barbero, Luiz Aníbal Gómez, Mario Kaplun, Juan Diaz Bordenave, incluindo autores que possuíam destaque nacional, conquistando difusão continental para suas obras. Nesse grupo estão: o peruano Juan Gargurevich, os equatorianos Andrés Leon e Luis Proaño, o chileno Julio del Rio, o venezuelano Eduardo Santoro, o boliviano José Luis Exeni e as mexicanas Maria Luisa Muriel e Gilda Rota.

2 OS INTERLOCUTORES BRASILEIROS

2.1 Controvérsias

As relações do Brasil com o Ciespal foram historicamente tumultuadas, suscitando controvérsias. Para compreender o processo, torna-se indispensável resgatar episódios marcantes protagonizados pelos três interlocutores que inicialmente mais se destacaram.

Danton Jobim caracterizou-se pela ação diplomática, projetando o acervo pedagógico acumulado pelo Brasil na América Latina, figurando Celso Kelly como intérprete do modelo ciespalino para o ensino de comunicação, produzindo ruídos e causando retrocessos.

Por sua vez, Luiz Beltrão fez mediação bilateral, atuando como divulgador do pensamento catalisado pelo Ciespal, nas universidades brasileiras, mas ao mesmo tempo promovendo a difusão continental dos avanços brasileiros, tanto no plano didático-pedagógico quanto no patamar científico-metodológico.

O Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina indiscutivelmente desempenhou papel decisivo na fundação do pensamento comunicacional latino-americano.

Trata-se de protagonismo reconhecido pelos pesquisadores do campo comunicacional, como Barbero (1978), Nixon (1981), Moragas (1981), Fuentes Navarro (1992), Rogers (1994), Orozco (1997), Beltrán (2000), Bernedo (2000), Marques de Melo (2009c), entre outros.

Qual a contribuição-chave do Ciespal? A resposta-síntese focaliza a influência exercida nas faculdades de comunicação da América Latina, instituindo a pesquisa científica como componente essencial do ensino e da prática profissional.

Além do "estímulo à pesquisa acadêmica", representado pela difusão das metodologias peculiares às ciências da comunicação, trata-se da instituição que realizou estudos "descritivos ou interpretativos" sobre as nossas "estruturas comunicacionais", os quais passaram a ser "reproduzidos" em plano "nacional ou local", em todo o continente (MARQUES DE MELO, 2003, p. 70).

No espaço brasileiro, a presença do Ciespal foi documentada afetivamente por meio de depoimentos publicados por ex-bolsistas dos seus cursos de pós-graduação – Vasconcelos (1965), Andrade Lima (1965), Halliday (1967), Raposo (1967) – e analisada criticamente por pesquisadores da nova geração – Feliciano (2000), Meditsch (2000) e Medina (2000).

2.2 Interlocutores

As conexões entre o Ciespal e o Brasil se realizaram inicialmente via Paris, em que o centro de Quito buscou as fontes latino-americanas legitimadas pela Unesco para balizar suas atividades. Foi ali que Jorge Fernández identificou a relevância conquistada por Danton Jobim no cenário da emergente comunidade acadêmica da comunicação. Posteriormente, teve continuidade, via Recife, em que Gonzalo Córdova descobriu os projetos inovadores desenvolvidos por Luiz Beltrão. E finalmente consolidou-se via Rio de Janeiro, em que Fernández e Córdova encontraram Celso Kelly desempenhando duplo papel mediador, seja como presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), seja como conselheiro do Conselho Federal de Educação (CFE).

Danton Jobim – o reconhecimento intelectual tributado a ele pela Universidade de Paris, onde atuou como professor-visitante a convite do Instituto Francês de Imprensa, deu-lhe notoriedade internacional. Ali publicou seu livro *Introduction au Journlisme Contemporaine* (1957), prefaciado por Jacques Kayser, que o incluiu no grupo fundador da International Association for Media Communication Research (IAMCR). E certamente o apresentou a Jorge Fernandez, motivando sua participação no Seminário de Quito (1958), no qual a capital equatoriana ficou decidida como a sede do futuro Ciespal.

Nessa ocasião, Jobim apresentou o diagnóstico sobre o ensino de jornalismo nas universidades brasileiras, posteriormente incluído em seu livro *Espírito do jornalismo* (1960, p. 235-246). A seguir, integrou o corpo docente do Ciespal, lecionando pedagogia do jornalismo, em 1960, e métodos de ensino orientados para a imprensa escrita em 1961. Suas aulas foram gravadas e transcritas, originando os livros que se esgotaram imediatamente e inaugurando o selo Ciespal, com autores como Jacques Kayser e Raymond Nixon. Posteriormente, a pedido do próprio Ciespal, tendo em vista a escassez de material didático sobre a matéria, Danton revisou suas preleções, enfeixadas no livro *Pedagogia del Periodismo* (1964). Para tanto, valeu-se também das anotações feitas em classe por Cleomar Cunha e Leda Pontes, certamente alunas dos cursos inaugurais do centro de Quito. Elas integraram a equipe de difusores das ideias de Jobim e de outros pensadores do jornalismo que ali pontificaram na década de 1960.

Pelas evidências disponíveis nos raros documentos sobre esse período, deduz-se que as relações de Danton Jobim com o Ciespal datam de 1958 a 1963. Este é o marco da sua mutação intelectual, transitando da prática profissional para a academia. Sua meta ambiciosa era a criação do Instituto de Estudos e Pesquisas sobre a Informação (Iepi) na Universidade do Brasil, espelhado no Instituto Francês de Imprensa, dirigido por Jacques Kayser. Contudo, suas propostas esbarram em obstáculos burocráticos intransponíveis no território universitário.

Desiludido com a vida acadêmica, dela se distancia em 1963, quando envereda pela seara do negócio jornalístico, tornando-se proprietário do *Diário Carioca* e depois diretor do jornal *Última Hora*. Tanto assim que, em 1965, quando o Ciespal realiza, no Rio de Janeiro, o IV Seminário sobre o Ensino de Jornalismo e Meios de Comunicação Coletiva, ele foi o grande ausente.

Luiz Beltrão – Gonzalo Córdova, braço direito e sucessor do fundador do Ciespal, Jorge Fernández, proclamava-se o descobridor de Luiz Beltrão e o responsável pela sua projeção internacional. Em seu diário de uma bolsista no Ciespal, Andrade Lima (1965, p. 44) faz as seguintes anotações do depoimento que lhe foi dado por Córdova, no dia 10 de setembro de 1965: "No Brasil, onde eu perguntava quem entendia seriamente o jornalismo no país, todos me respondiam: Beltrão, de Pernambuco". E concluía: "(...) Beltrão é assim como uma descoberta minha. Ninguém o conhecia aqui no Ciespal, eu o fui buscar, hoje ele é um nome internacional, citado por vários autores, muito respeitado, com obras já traduzidas para o espanhol".

Coube a Luiz Beltrão ocupar a Cátedra de Pedagogia do Jornalismo, fundada por Danton Jobim e depois ocupada pelo chileno Ramón Cortez Ponce. No curso ministrado em 1963 e replicado em 1964, ele explicitou os fundamentos do seu pragmatismo pedagógico, enraizado na "capacitação como jornalista profissional" e testado na "experiência didática", que adquiriu lecionando em João Pessoa, Natal, Recife e Fortaleza (BELTRÃO, 1965).

O acervo cognitivo que amealhou foi sistematizado no livro *Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo* (BELTRÃO, 1963), em que anota conceitos, discute teorias, mas não esquece de propor exercícios didáticos para validação dos métodos e das técnicas pelos alunos. Seu impacto foi impressionante, servindo como modelo para outros países da região.

Tanto assim que este autor foi naturalmente indicado para a função de relator do IV Seminário de Ensino de Jornalismo e Meios de Comunicação Coletiva, realizado no Rio de Janeiro, de 12 a 16 de julho de 1965, sob os auspícios da ABI e do Ministério da Educação (MEC).

Ao fazer um balanço do campo comunicacional brasileiro, naquela conjuntura, Beltrão diz que "o Ciespal se tornou o ponto de convergência" de jornalistas e cientistas interessados em dinamizar o seu estudo na América Latina, naquela conjuntura desenvolvimentista. Da mesma forma, "inspirou e assistiu à abertura de novos cursos e imprimiu dinamismo e espírito de investigação à comunidade universitária que se prepara para enfrentar a era de prodígios técnicos que já alvorecia com os avanços da eletrônica e da automação" (BELTRÃO, 2006, p. 364).

Mais adiante, Beltrão vai participar da interpretação dada ao perfil do comunicador polivalente pelo Ciespal e sua aplicação acrítica na realidade brasileira, ensejada pela ABI.

Celso Kelly – intelectual que desfrutou de grande prestígio junto às instâncias de poder, notabilizou-se pela influência exercida junto aoCFE no período autoritário. A partir de 1965, coube-lhe ditar as regras do jogo, aplicando imediatamente o projeto curricular endossado pelo Ciespal.

Como Celso Kelly ocupou esse espaço? Sua legitimidade adveio da condição de professor de Estética e História da Arte no curso de Jornalismo da Universidade do Brasil. E ganhou densidade com a sua eleição para presidir a ABI, em setembro de 1964, com a renúncia de Herbert Moses, gravemente enfermo.

Figura controvertida, sua passagem pelo comando da ABI é registrada de modo ambíguo pelos historiadores da "casa do jornalista". Edmar Morel adverte que ele foi "um presidente diferente dos outros", pois "não era jornalista de combate e sim um crítico de arte, professor, poeta e teatrólogo". Com o Golpe Militar de 1964, a ABI viveu dias angustiantes, porque "muitos dos seus sócios foram cassados e arrancados dos seus lares" (MOREL, 1985, p. 163).

Na versão de Fernando Segismundo, que viveu intensamente o cotidiano da ABI, durante muitos anos, Celso Kelly "foi escolhido para substituir Moses, de quem era amigo e companheiro próximo", pois detinha trânsito livre no governo militar e gozava da confiança dos golpistas que ocuparam o poder, logo após a deposição de João Goulart. Tendo estreitado os laços com os novos governantes, ele "aceitou o convite, ou se ofereceu, para ser interventor oficial na ABI e no Sindicato dos Jornalistas". Enfrentando forte reação dos colegas jornalistas, "preferiu renunciar a ser deposto". Na verdade, ele "foi ocupar uma diretoria do Departamento Nacional de Educação do MEC" (SEGISMUNDO, 2003, p. 167).

Sua principal realização durante o curto mandato como presidente da ABI consistiu no "seminário de jornalismo, sob os auspícios do Ciespal, órgão da Unesco, sediado em Quito, no qual foram discutidas, em profundidade" e em "todas as modalidades", os problemas do ensino de jornalismo (MOREL, 1985, p. 164-165).

Contudo, a principal lição que Kelly aprendeu no contato com o Ciespal está contida no conceito de jornalismo, cujo âmbito de atuação amplia-se consideravelmente, comportando "antigas e novas modalidades". Além do jornalismo veiculado pelos jornais, revistas, emissoras de rádio, televisão e hoje pela internet, inclui-se o "jornalismo pessoal e de grupo, nas variações das relações públicas" e o "jornalismo comercial, segundo as técnicas publicitárias".

Como resultado do "conceito amplíssimo", o então presidente da ABI recomenda ao CFE a mudança do currículo para implementar a formação do

"jornalista polivalente". Com o peso da sua influência sobre o governo militar, Kelly obtém rápida aprovação para o currículo que passa a vigorar em 1966, ampliando também a duração do curso, que passou a ser oferecido em quatro anos.

Quem se beneficiou com as mudanças instituídas? Os funcionários públicos que ocupavam cargos vinculados ao exercício do jornalismo oficial. Luiz Beltrão foi um dos poucos educadores a criticar a mudança, enviando carta ao professor Celso Kelly. Contestou a medida lesiva aos interesses dos jovens profissionais que pretendiam ocupar um lugar ao sol nas empresas jornalísticas. Mas o poderoso conselheiro tergiversou, mantendo sua decisão.

Beltrão (1969, p. 237) não tem outro caminho, senão protestar retoricamente: "Sem dúvida que o novo currículo (...) alcançará apenas as repartições de serviço público que tenham em seus quadros redatores do serviço público, que mesmo sem título universitário de jornalista, terão elevadas as suas gratificações de nível universitário". Ele conclui enfaticamente: prevaleceu a tese que "envolveu interesses de funcionários públicos, em detrimento do interesse permanente da formação profissional jornalística".

Examinando do ponto de vista holístico a repercussão do legado do Ciespal ao Brasil, duas perspectivas estão bem delineadas. Ganhos evidentes no plano científico e perdas significativas no âmbito educativo.

Vamos reproduzir duas hipóteses anteriormente explicitadas,

Pesquisa:

> (...) o Ciespal difundiu no país a mentalidade da pesquisa científica, promovendo cursos de especialização em várias universidades (Brasília, São Paulo, Porto Alegre) e realizando projetos de pesquisa sobre fenômenos da comunicação no contexto da realidade brasileira, como é o caso do estudo sobre migrações em Brasília, coordenado por Ramiro Samaniego. (MARQUES DE MELO, 1974, p. 55).

Ensino:

> O centro de Quito assimila distorcidamente o modelo norte-americano de *school of mass communication*, onde a "polivalência" é institucional, abrigando num mesmo espaço acadêmico distintas especializações profissionais. Ao atrelar a "polivalência" à formação de um único profissional, (...) o modelo do Ciespal conduziu as escolas de comunicação a um beco sem saída. Distanciado do mercado de trabalho (...) conduz, inegavelmente, à preparação de um exército de desempregados (...) (MARQUES DE MELO, 1995, p. 11).

Trata-se de ideias-força que estão a suscitar o interesse dos jovens pesquisadores, dando continuidade aos estudos já empreendidos por Feliciano (2000), Meditsch (2000), Medina (2000), Gobbi (2009) e outros.

Vale a pena acrescentar o protagonismo de um personagem que aparentemente esteve à margem da questão. Refiro-me a Danton Jobim, participante da fase decisiva do Ciespal, em 1960 e 1961, quando se dá a transferência das matrizes norte-americanas e francesas para Quito. Tendo vivido nos dois países, Jobim foi capaz de fazer a síntese dos dois modelos, compreendendo a complexidade do emergente campo da comunicação.

Da mesma maneira que seu colaborador Pompeu de Souza teve sensibilidade para criar um modelo híbrido de faculdade de comunicação, implantando-o na Universidade de Brasília, Jobim demonstrou perspicácia ao esboçar a fisionomia plural do nascente campo da comunicação, ao convocar e presidir o I Congresso Nacional de Comunicação, realizado na sede da ABI, em maio de 1971 (MARQUES DE MELO, 2008, p. 46-47).

O desvendamento desse encontro paradigmático, assim como o aprofundamento do estudo sobre o Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), de Luiz Beltrão e sobre as ideias pedagógicas de Celso Kelly, podem contribuir para o melhor entendimento da projeção ciespalina no Brasil. Cumpre também rastrear a trajetória dos primeiros bolsistas brasileiros nos cursos de pós-graduação dos anos 1960, pois a eles coube a difusão das ideias que convergiam para Quito e dali se multiplicavam por meio dos canais convencionais (mídia), mas também por meio dos processos informais (sala de aula e congêneres).

Fica registrado o desafio para que tais aspectos sejam explorados, superando as lacunas cognitivas persistentes e decifrando enigmas seminais. O argumento capaz de motivar os jovens pesquisadores é o equívoco endossado pelo Ciespal, considerando a América Latina como um "continente" organicamente amalgamado e não como um "arquipélago" constituído por diferentes formações históricas e por distintos enclaves civilizatórios, como bem o delineara Darci Ribeiro (1986).

REFERÊNCIAS

ANDRADE LIMA, Zita de. Jornal de uma bolsista do Ciespal. **Comunicações & Problemas**, Recife, ICINFORM, n. 1, p. 40-51, 1965.

BARBERO, Jesus Martin. **Comunicación, discurso y poder**. Quito: Ciespal, 1978.

BELTRÁN, Luis Ramiro. **La investigación sobre comunicación en Latinoamerica**. La Paz: Plural, 2000.

BELTRÃO, Luiz. **Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo**. Quito: Ciespal, 1963.

_____. Reformado o Currículo Mínimo e Alterada a Duração para Jornalismo. **Comunicações & Problemas**, v. 2, n. 3, p. 228-237, 1966.

_____. 1965. La investigación científica de los médios de información. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicación Regional**, n. 10, São Bernardo Campo, Metodista, p. 247-264, 2006.

BENITO, Angel. **Fundamentos de Teoria General de la Información**. Madrid: Pirâmide, 1982.

BERNEDO, Franz. **La investigación en comunicación em América Latina**. Lims: APFACOM, 2000.

CALVO HERNANDO, Manuel. **El periodismo científico**. Quito: Ciespal, 1965.

CLAUSSE, Roger. **Sociologia de la información**. Quito: Ciespal, 1963.

CÓRDOVA, Gonzalo. La investigación de la comunicación. **Chasqui**, Quito, Ciespal, n. 1, p. 23-30, 1972.

CORTEZ PONCE, Ramón. **Pedagogia del Periodismo**. Quito: Ciespal, 1964.

DEUTSCHMANN, Paul. **Uso de los médios de información colectiva em once países latinoamericanos**. Quito: Ciespal, 1962.

DEUTSCHMANN, Paul. **Estúdio comparativo de doce diários metropolitanos**, 1965.

DUMAZEDIER, Joffre. **De la sociologia de la comunicación colectiva a la sociologia del desarrollo cultural**. Quito: Ciespal, 1966.

FELICIANO, Fátima. Ciespal, quarenta anos de influências. *In*: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2000. p. 149-154.

FERNANDEZ, Jorge. **Transito a la libertad**. Quito: Editorial El Comercio, 1956.

_____. **Preambulo, Las Escuelas de Periodismo en América Latina**. 2. ed. Quito: Ciespal, 1965.

_____. La radio y la televisión frente a la necesidad cultural de América Latina. *In*: CIESPAL – LA RADIO Y LA TELEVISIÓN FRENTE A LA NECESIDAD CULTURAL DE AMÉRICA LATINA. Quito, 1966. p. 5-13.

_____. Tendências de la enseñanza del periodismo en América Latina. *In*: IAMCR – LOS PROFESORES DE PERIODISMO. Pamplona: Universidad de Navarra, 1968. p. 115-144.

FUENTES, Raul. **Um campo cargado de futuro**. México: Coneicc, 1992.

GARCIA, Antonio. Puede existir uma ciência social latinoamericana? **Chasqui**, Quito, n. 1, p. 31-46, 1972.

GODECHOT, Jacques. Contribucion a la Historia del Periodismo. Quito: Ciespal, 1964.

HALLIDAY, Tereza Lucia. **Comunicações & Problemas**, Ciespal, Recife, n. 7, p. 46-49, 1966.

JOBIM, Danton. **Introduction au Journlisme Contemporaine**. Paris: Nizet, 1957.

_____. **Espírito do jornalismo**. Rio de Janeiro: São José, 1960 [2. ed. São Paulo: EDUSP, 1992].

_____. **Pedagogia del Periodismo**. 2. ed. Quito: Ciespal: 1964.

KACHATUROV, Karen. **Médios de comunicación y opinión pública en la Unión Soviética**. Quito: Ciespal, 1968.

KAFEL, Mieczyslaw. **Teoria y práctica de la prensa**. Quito: Ciespal, 1961.

KAYSER, Jacques. **La prensa diária y la comunidad europea**. Quito: Ciespal, 1963.

_____. **Estúdios de morfologia, de metodologia e de prensa comparada**. Quito: Ciespal, 1964.

KELLY, Celso. **As novas dimensões do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1966.

LEAUTÉ, Jacques. **Concepciones políticas y jurídicas de la información**. Quito: Ciespal, 1964.

_____. **Ética y responsabilidad del periodista**. Quito: Ciespal, 1966.

LEON, Andrés. **Homenaje a Jorge Fernández**. Quito: Ciespal, 1991.

LEON DUARTE, Gustavo. **Escola Latino-Americana de Comunicação**: a nova hegemonia. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.

MALETZKE, Gerhard. **Sicologia de la comunicación colectiva**. Quito: Ciespal, 1965.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972. p. 65-82.

_____. **Comunicação e modernidade**. São Paulo: Loyola, 1995.

_____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003. p. 70.

_____. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **Pensamiento Comunicacional Latinoamericano**. Sevilha: Comunicación Social Ediciones, 2009a.

_____. **Na trilha de Darwin***:* de como a Unesco plantou na metade do mundo a semente do pensamento comunicacional latinoamericano. Marilia: Unimar, Celacom, 2009b.

MEDINA, Cremilda. Ciespal e o resgate das vozes do hemisfério sul. *In*: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Org.). Gênese do pensamento comunicacional latino-americano. São Bernardo do Campo: Metodista, 2000. p. 139-148.

MEDITSCH, Eduardo. Ciespal trouxe progresso. *In*: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Org.). Gênese do pensamento comunicacional latino-americano. São Bernardo do Campo: Metodista, 2000. p. 129-138.

MENEZES, Arael. **A experiência marcante de Ciespal**, João Pessoa, 2007. Mimeografado.

MORAGAS, Miquel. **Teorias de la comunicación**. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

MOREL, Edmar. **A trincheira da liberdade**. Rio de Janeiro: Record, 1985.

NIXON, Raymond. **Analisis sobre Periodismo**. Quito: Ciespal, 1961.

_____. **Investigaciones sobre Comunicación Colectiva**. Quito: Ciespal, 1963.

_____. La enseñanza del periodismo em América Latina. **Comunicación y Cultura**, Buenos Aires, Galerna, n. 2, p. 197-212, 1974.

OROZCO, Guillermo. **La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina**. La Plata: EPC, 1997.

SCHWARZ, Cristina; JARAMILLO, Oscar. Hispanic American Critical Communicastion Research. *In*: ATWWOD, Rita; MCANANY, Emile. **Communication & Latin American Society**. Austin: UT, 1986. p. 48-78.

PRIETO CASTILLO, Daniel. La experiência de Ciespal em la década del 80. *In*: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2000. p. 119-128.

RAPOSO, Gilvandro Guedes. Papel dos meios de comunicação na integração da América Latina. **Comunicações & Problemas**, Brasília, ICINFORM, n. 4, p. 218-220, 1966.

RIBEIRO, Darcy. **América Latina**: a Pátria Grande. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

RIOS, Edgardo. **Periodismo y lenguaje**. Quito: Ciespal, 1963.

ROGERS, Evertt. **A History of Communication Studies**. New York Free Press, 1994.

SAMANIEGO, Ramiro. **Manual de investigación por encuesta en la comunicación**. Quito: Ciespal, 1968.

SCHRAMM, Wilbur. **Mass media and National Development**. Osaka, USA: Stanford University, 1964. [Edição brasileira da Editora Bloch, 1970].

_____. **La ciencia de la comunicación humana**. Quito: Ciespal, 1965.

SEGISMUNDO, Fernando. **Jornais e jornalistas**. Rio de Janeiro: Peneluc, 2003.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Los medios de información en América Latina**: factor de desarrollo económico y social. Paris, 1961.

VASCONCELOS, Sanelva de. O IV Curso Internacional de Aperfeiçoamento do Ciespal. **Comunicações & Problemas**, Recife, ICINFORM, n. 1, p. 37-39, 1965.

ANEXO

TABELA 1
Ciespal – geografia autoral

	1960-1969	1972-1978	1981-1986	1989-2009	**Total**
Pensamento forâneo	24	4	28	7	**63**
África				2	**2**
Ásia				3	**3**
Alemanha	2		2	2	**6**
Áustria			1		**1**
Bélgica	3				**3**
Canadá			1		**1**
China			1		**1**
Escandinávia			1		**1**
Espanha	2		3	3	**8**
Estados Unidos	9	2	9	1	**21**
França	5				**5**
Finlândia		1			**1**
Inglaterra		1			**1**
Itália	1		2	1	**4**
Polônia	1		2		**3**
Rússia	1		1		**2**
Pensamento autóctone	10	58	130	35	**233**
América Latina			39	11	**50**
Argentina	1	10	8		**19**
Bolívia		3	7	3	**13**
Brasil	3	2	15	2	**21**
Chile	2	5	5	2	**15**
Colômbia	1	8	3	5	**17**
Costa Rica		1	4		**5**
Cuba			2		**2**
Equador	2	16	7	5	**30**
El Salvador			1		**1**
Guatemala			1		**1**
Guiana			2		**2**
Jamaica			1		**1**
México	1	3	11	1	**16**
Nicarágua			1		**1**
Panamá			1		**1**

(Continua)

(Continuação)

	1960-1969	1972-1978	1981-1986	1989-2009	**Total**
Pensamento autóctone	10	58	130	35	**233**
Peru		2	12	1	**15**
República Dominicana			1		**1**
Uruguai		2	1	3	**6**
Venezuela		6	8	2	**16**

CAPÍTULO 11

OS DESAFIOS DA PARENTELA LUSÓFONA NA GEOPOLÍTICA MULTIPOLAR

1 DIVERSIDADE

Dois proeminentes estadistas de Portugal e do Brasil, quando desafiados a refletir politicamente sobre as alternativas da lusofonia para enfrentar as turbulências da globalização, não hesitaram em tomar como referência o "inevitável choque das civilizações" previsto por Samuel Huntington, no momento em que a "nova ordem mundial" se impôs na esteira da "Guerra Fria".

Esse diálogo paradigmático constitui o ponto de partida para as reflexões contidas no presente texto.

Enquanto Mário Soares identifica a "desregulamentação econômica das próprias sociedades" como problema crucial, argumentando que "os grupos econômicos tem o poder de se sobrepor aos próprios Estados", Fernando Henrique Cardoso sugere que o "inaceitável" é a "predominância americana", advertindo: "o caminho para evitar tal tendência é a formação de regiões integradas" (CARDOSO; SOARES, 1998, p. 247).

O ex-presidente português tem clareza da "chamada crise do milênio". Em função disso, conclui que nossa sociedade, "à falta de instituições mundiais capazes de enquadrar as profundas transformações que estão em curso", carece não só de "valores", mas também de "confiança no futuro". O ex-presidente brasileiro reivindica "mais diversificação cultural" nesse mundo que se globaliza velozmente. "O que vai permitir a sobrevivência dos nossos países será a sua diversidade cultural e a capacidade para a preservar" (CARDOSO; SOARES, 1998, p. 251).

2 IDENTIDADE

O que fazer para dar conta desse legado emblemático? Não se trata de empreendimento tão simples como parece à primeira vista. Por isso, torna-se conveniente anotar algumas advertências feitas pelos cientistas sociais.

Por exemplo, o historiador inglês Eric Hobsbawam (1995, p. 13) observa sutilmente que "um dos fenômenos mais característicos e lúgubres do final do século XX" tem sido "a destruição do passado – ou melhor, dos mecanismos sociais que vinculam nossa experiência pessoal à das gerações passadas".

Sua explicação é contundente. "Quase todos os jovens de hoje crescem numa espécie de presente contínuo, sem qualquer ligação orgânica com o passado público da época em que vivem". A principal consequência é a "despolitização" das sociedades nacionais. "No fim do século, um grande número de cidadãos se retirava da política", enfraquecendo a "identificação coletiva com seu país", a não ser por intermédio dos "esportes nacionais, de equipes e símbolos não políticos" (HOBSBAWN, 1995, p. 558).

Se é certo que o século XX simboliza a "era dos extremos", cuja duração vai da Primeira Guerra Mundial ao fim da Guerra Fria, ou melhor, de 1914 a 1991 (HOBSBAWM, 1995, p. 13), também é correto afirmar que começamos a viver a "era multicivilizacional" vaticinada para o enigmático século XXI (HUNTINGTON, 1997, p. 18).

3 SIMBOLISMO

Dois episódios fortuitos simbolizam o fim de uma era e o começo de outra.

O ocaso do século XX foi ilustrado por Hobsbawm por meio de acontecimento protagonizado por François Mitterand na zona conflagrada dos Bálcãs, com a intenção de resgatar o valor da memória histórica.

> Em 28 de junho de 1992 o presidente Mitterand, da França, apareceu de forma súbita, não anunciada em Sarajevo, que já era o centro de uma guerra balcânica que iria custar 150 mil vidas no decorrer daquele ano. Seu objetivo era lembrar à opinião pública mundial a gravidade da crise bósnia. (...) Por que o presidente da França escolhera aquele dia específico para ir a Sarajevo? Porque 28 de junho era o aniversário do assassinato, em Sarajevo, em 1914, do arquiduque Francisco Ferdinando da Áustria-Hungria, ato que em poucas semanas levou à eclosão da Primeira Guerra Mundial. (HOBSBAWM, 1997, p. 12).

Já o advento do século XXI foi exemplificado por Huntington por meio de um fato inusitado que ocorreu, dois anos depois, no mesmo cenário histórico.

> Em 18 de abril de 1994, duas mil pessoas se concentraram em Sarajevo, agitando bandeiras da Arábia Saudita e da Turquia. Ao desfraldarem essas bandeiras, em vez das da ONU, da OTAN ou dos Estados Unidos, esses habitantes de Sarajevo se identificavam com seus companheiros muçulmanos e indicavam ao mundo quem eram seus verdadeiros amigos, bem como os não muito verdadeiros. (HUNTINGTON, 1997, p. 17).

Enquanto o primeiro fato denuncia a cortina de fumaça que torna opaca a memória histórica, o segundo ilustra a revalorização das identidades culturais, no mundo pós-Guerra Fria.

Segundo o cientista político norte-americano "as bandeiras são importantes e o mesmo ocorre com outros símbolos de identidade", configurando um autêntico paradoxo, ao fundir o que parecia antagônico. "As pessoas estão descobrindo identidades novas, e, no entanto antigas, e desfilando sob bandeiras novas, mas frequentemente antigas, que conduzem a guerras contra inimigos novos, mas frequentemente antigos" (HUNTINGTON, 1997, p. 18).

Da mesma forma que isso acontece com as pessoas, na base da sociedade, a reconfiguração cultural da política mundial se faz por intemédio da busca de agrupamentos identitários.

> Os povos e os países com culturas diferentes estão se juntando. (...) As fronteiras políticas estão sendo cada vez mais desenhadas para coincidir com as fronteiras culturais, étnicas, religiosas e civilizacionais. As comunidades culturais estão substituindo os blocos da Guerra Fria. (HUNTINGTON, 1997, p. 153).

Seu impacto no campo comunicacional foi, aliás, percebido com sutileza pelo professor Franciso Balsemão em recente colóquio destinado a questionar o desenvolvimento da sociedade da informação na "periferia atlântica".

> (...) na era da informação, a pessoa cria laços tribais, a nível das afinidades de cultura ou de moda ou de consumo, com pessoas humanas de outros povos e de outros continentes. A sociedade civil organiza-se para além das fronteiras. Ao mesmo tempo, o individualismo cresce. O direito à diferença é um dos novos direitos. (BALSEMÃO, 1996, p. 43).

4 GLOBALIZAÇÃO

Antes de focalizar as estratégias contra-hegemônicas demandadas pela nossa comunidade no campo acadêmico-midiático, é necessário voltar à questão da globalização, marco referencial do nosso debate.

O conceito de globalização, apesar da capilaridade do vocábulo e da popularidade do fenômeno, continua a provocar controvérsia no ambiente intelectual. Ortiz (1994, p. 7) explica que a "emergência de uma sociedade global" ainda não encontrou legitimidade no pensamento acadêmico porque "as ciências sociais parecem se intimidar diante de um objeto desta magnitude".

Hachten (1987, p. 9) entende que a globalização é fruto da "revolução tecnológica" responsável pela circulação instantânea das notícias em todo o planeta. O jornalista norte-americano diz que o fenômeno teve início no dia 20 de julho de 1969, quando "um número estimado de 600 milhões de pessoas em todo o mundo viram como Neil Armstrong dava o primeiro passo sobre a lua".

Mattelart (2005, p. 19-25) diverge, afirmando que a mundialização é produto da "cultura do espetáculo", inaugurada em 1889 pela Exposição Universal de Paris. A encenação feita pelo "jornalista Carwford, auxiliado pelo ator Note

Salisbury, da trupe de Buffalo Bill, com suas *peles vermelhas* e seus búfalos", (...) tornou-se "capa do número de 22 de junho do semanário *L'Illustration*", despertando a curiosidade pública para o excêntrico, bizarro ou diferente.

Na literatura brasileira, a questão é matizada por variáveis de natureza metodológica. Em uma perspectiva histórica, Andrade (2002, p. 30-31) assegura que "a globalização é apenas uma fase da evolução do capitalismo, iniciada com a expansão européia no mundo, a partir do século XV, e ainda não concluída. (...) A globalização procura se aprofundar eliminando resistências e dominando paulatinamente a superfície da Terra".

Do ponto de vista antropológico, "a globalização é um fenômeno emergente, um processo ainda em construção". Pressupondo "distanciamento" para "(...) o entendimento da mundialização da cultura (ORTIZ, 1994, p. 15-21).

Expressando a posição da sociologia, Ianni diz que:

> A globalização está presente na realidade e no pensamento, desafiando grande número de pessoas em todo o mundo. A despeito das vivências e opiniões de uns e de outros, a maioria reconhece que esse problema está presente na forma pela qual se desenha o novo mapa do mundo, na realidade e no imaginário. (1995, p. 11).

Também este é o ponto de partida da economia política para evitar a "fetichização do fenômeno", de acordo com a ótica da "ideologia neoliberal", pois, como reivindica Bolaño (1999, p. 73), a "chamada globalização é um elemento da atual transformação do sistema capitalista em âmbito mundial".

Não podemos absolutamente perder de vista o papel que, nesse processo, desempenha a comunicação, cujas "técnicas e suas práticas implantam-se progressivamente sobre o conjunto do planeta ou quase, acompanhando a generalização do capitalismo". Vale a pena insistir, como o faz Miége (1999, p. 13), que "a comunicação, evidentemente, corresponde a um movimento largamente transnacional, e eis porque não se hesita (...) em considerar que ela participa da tendência à globalização".

Mas a comunicação não opera no vazio e não raciocina abstratamente. Trata-se de um fenômeno espacialmente localizado, cuja dinâmica depende de fatores geoeconômicos ou socioculturais, de natureza local, regional ou nacional.

Impõe-se a esta altura a questão principal: E como tais variáveis se configuram no espaço lusófono?

5 LUSOFONIA

Lusofonia é um conceito polissêmico, que significa *espaço geolinguístico* ou *memória de um passado comum*, mas, também, abarca as ideias de sentimento, cultura,

história partilhada e patrimônio simbólico. Trata-se, rigorosamente, de uma *construção complexa*, como preferem citar Moisés Martins e seus colegas da Universidade do Minho (MARTINS; SOUSA; CABECINHAS, 2007, p. 309).

Inventariando os significados correntes, Pim e Kristensen (2007, p. 311) sugerem que a lusofonia é uma "idéia mágica", não indo além da compreensão determinada pela língua portuguesa, exatamente por se tratar de um "continente imaterial disperso pelo mundo".

Em uma prévia exploração desse espaço lusófono, já havíamos esboçado um sentido peculiar, com a etiqueta apropriada: "comunidade cultural sem fronteiras físicas".

> Seus integrantes não desfrutam de contigüidade territorial, como ocorre nas tentativas contemporâneas de nucleação econômica. Trata-se de um agrupamento cimentado por motivações nitidamente comunicacionais, sem dúvida alentadas pela pujança da indústria cultural lusófona, cujos produtos estão circulando no triângulo Brasil-Portugal-Palops. Mas também estão presentes em todas as partes do mundo atual, difundidos pelos circuitos audiovisuais, preservando as rotas Norte-Sul dos pioneiros navegadores lusitanos, porém abrindo novos horizontes nos rumos Sul-Norte e Sul-Sul. (MARQUES DE MELO, 1995, p. 22).

Herança do pós-colonialismo, a ideia de Lusofonia remete a duas esferas distintas: a mítica – configurando um "fenômeno discursivo de representação social com uma lógica social específica" (PIM; KRISTENSEN, 2007, p. 312); ou a pragmática – "subordinada a funções práticas e orientada para a produção de efeitos sociais" (MARTINS; SOUSA; CABECINHAS, 2007, p. 308).

Entre os efeitos vislumbrados pelo grupo do Minho está o "combate simbólico" ensejado pela globalização em espaços periféricos, como são os casos de Moçambique e Timor Leste. No primeiro caso, Moçambique defronta-se com uma tensão entre duas possibilidades: integrar-se ao espaço lusófono ou ao espaço anglófono. No segundo, Timor Leste vacila entre três caminhos de "vida imaginária": o lusófono, o anglófono e o indonésio (MARTINS; SOUSA; CABECINHAS, 2007, p. 308).

Não se pode negar que estamos revivendo aquela utopia luso-tropical acalentada por intelectuais brasileiros, portugueses e africanos, desde o início do século passado.

Sem pretender exclusivismo, creio que aos brasileiros Silvio Romero e Gilberto Freyre coube o mérito de empunhar pioneiramente a bandeira da lusofonia. Romero (1902) propôs um bloco linguístico, retomado por Silvio Elia (1989) e Freyre (1937), e uma frente cultural, atualizada por Chacon (2002).

Tais projetos embasaram a constituição da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), em 1989, que vem mobilizando a vontade política dos

Estados nacionais. A avaliação do primeiro decênio de atividades põe em relevo sua "incipiência" e "dispersão" como consequência dos "caminhos diferenciados" e dos "processos de maturação política" vigentes em cada um dos estados membros (PIM; KRISTENSEN, 2007, p. 319).

De qualquer maneira o movimento por ela desencadeado motivou a criação de várias instituições que estão fortalecendo a lusofonia em frentes culturais (como é o caso do Instituto Camões) e acadêmicas (por exemplo, a Federação Lusófona de Ciências da Comunicação – Lusocom).

Além dos nove congressos realizados no período 1997-2009 – Lisboa (1987), Aracaju (1998), Braga (1999), São Vicente (2000), Maputo (2002), Covilhã (2004), Santiago (2006), Lisboa (2009) e São Paulo (2011) –, a nossa federação vem publicando regularmente, desde 2004, o Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, um repositório expressivo da produção acadêmica da comunicação nos cinco países mais ativos desta megarregião cultural, cuja edição de 2010 foi dedicada ao tema "Lusofonia e sociedade em rede".

O nosso grande desafio tem sido a participação africana. Desde o início, somente dois países aderiram à federação, criando associações nacionais de ciências da comunicação – Angola e Moçambique. Agora Cabo Verde começa a integrar-se; a expectativa é incluir nessa conexão os demais países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP) e as comunidades lusófonas existentes em Timor Leste, Macau, Goa etc. Entretanto, as dificuldades persistem, sobretudo pela ausência de programas universitários de ensino e pesquisa da comunicação, especialmente na Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe ou pela incipiência das atividades investigativas nos demais.

A impossibilidade de realizarmos o congresso 2007, em Angola, atesta que as condições do país ainda não favorecem o florescimento de iniciativas dessa natureza. Demonstrando maior aderência, Moçambique abrigou a Lusocom 2002, e, em 2008 o I Congresso Brasil-Moçambique, dedicado ao tema "Digitalização, democracia e diversidade".

6 ACADEMIA

Tais referências ao mundo acadêmico suscitam a questão da nossa inserção na comunidade mundial das ciências da comunicação enquanto bloco culturalmente identificado.

Sabemos que foi lenta a constituição do campo científico da comunicação tendo como pano de fundo as convergências e as tensões entre os saberes profissionais, o pragmatismo empresarial, as estratégias governamentais e a investigação acadêmica.

Mas o processo de constituição de uma comunidade acadêmica mundial em nossa área de conhecimento só emerge no período posterior a Segunda Mundial, contaminada evidentemente pela dinâmica da "Guerra Fria".

Desde a fundação da Internacional Association for Media Communication Research (IAMCR), em Paris, em 1957, foi se gerando a tensão entre investigação básica e investigação aplicada, entre os saberes profissionais e a reflexão crítica dos processos mediáticos.

O mundo lusófono se fez representar na fundação da entidade, por meio do brasileiro Danton Jobim. Dois fatores contribuíram para essa presença histórica. Primeiro, a circunstância de ser francesa a vanguarda que pugnou pela criação dessa entidade. Fernand Terrou e Jacques Kayser, artífices da nossa comunidade, eram cientistas sociais valorizados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e por ela foram induzidos a criar a Association Internationale des Études et Recherche sur l'Information (Aieri). Segundo, Danton Jobim integrava o círculo dos pesquisadores estrangeiros prestigiados pelo Instituto Francês de Imprensa, em que ele estivera no primeiro semestre de 1957, ministrando um curso que logo virou livro, despertando o interesse para a natureza do jornalismo praticado na imprensa luso-americana. Foi natural que seu nome fosse incluído na lista dos professores convidados para comparecer ao evento fundacional da nova associação.

Entretanto, os primeiros congressos internacionais registraram escassa participação lusófona, tendo em vista a escalada dos regimes ditatoriais no Brasil e em Portugal. Essa presença só iria ser fortalecida no bojo da democratização de ambos os países.

O congresso de Barcelona (1988) constitui marco expressivo dessa participação lusófona na Aieri/IAMCR. Mais de uma dezena de brasileiros compareceu ao evento, sendo que três deles, tiveram suas comunicações, escritas em inglês, incluídas nos anais do evento (PARES I MAICAS, 1988). Até então, apenas duas línguas mereciam reconhecimento da associação – inglês e francês. Foi justamente em Barcelona que o espanhol se tornou língua oficial.

Mas o congresso seguinte (Bled, 1990), contou com 25 comunicações de brasileiros (MARQUES DE MELO, 1991), credenciando o Brasil para sediar o congresso do Guarujá (1992). Até aquela altura, a participação portuguesa era residual ou nula, tendo em vista a natureza recente dos estudos comunicacionais em universidades lusitanas. Mas notou-se ali a participação galega, ensejando um convênio de intercâmbio São Paulo – Santiago de Compostela.

A comunidade mundial da nossa área de conhecimento já se reuniu três vezes no espaço lusófono. Depois do congresso do Guarujá, a IAMCR voltou

ao Brasil, em 2004, para realizar o congresso de Porto Alegre. Portugal sediou o primeiro da segunda década (2010) deste novo século.

Sabemos que investigadores das ciências da comunicação encontram-se dispersos por muitos países e em todas as regiões do planeta, em um processo singular de consolidação de suas instituições acadêmicas e profissionais, no quadro das revoluções científicas contemporâneas.

Dessa maneira, estão criadas, no âmbito internacional, condições favoráveis ao intercâmbio dos investigadores lusófonos com os seus pares estrangeiros interessados em estudos comparativos ou cooperativos. Mas logo fomos percebendo que se trata de ponte muito estreita, pouco favorecendo o tráfego em mão dupla.

Tendo vivenciado "por dentro" a dinâmica da comunidade e a complexidade do congresso (Guarujá) e acompanhado a distância os congressos de Porto Alegre e Braga, não me foi difícil notar a muralha representada pela hegemonia anglófona no seio dessa comunidade acadêmica internacional. Não se trata de comportamento premeditado ou ostensivo, mas de atitude em certo sentido orgânica, quase dissimulada.

Apesar da projeção conquistada pelo Brasil, figurando nos *rankings* de Guarujá, Sydney e Glasgow, como o segundo país com maior volume de *papers* selecionados, o diálogo com os nossos pares de outras geografias não fluía de modo satisfatório. Isso independentemente do fato de boa parcela dos *papers* brasileiros ser apresentada em inglês, a língua franca da comunidade acadêmica. A interação possível, naquelas oportunidades, deu-se com os segmentos francófonos ou hispânicos, cuja proximidade cultural nos atraia mutuamente e cujo isolamento intelectual nos tornava mais solidários.

Logo depois do congresso mundial do Guarujá, promovemos em São Paulo o Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação. Foi a primeira tentativa de uma série de reuniões binacionais entre pares que se comunicam de modo empático. Continuadas periodicamente, elas se realizaram, ora na França, ora no Brasil, embora a necessidade de tradução simultânea tenha dificultado ou inibido o diálogo. Tal iniciativa foi posteriormente testada com outros países – Itália, Inglaterra, Dinamarca, Espanha, Portugal, Canadá e Estados Unidos.

Dessa maneira, criamos oportunidades de diálogo internacional, na medida em que continuávamos a incentivar a presença de delegações brasileiras nos congressos bienais da Aieri. Mas logo percebemos que o espaço dessa associação reduzia-se, cada vez mais, aos pesquisadores fluentes em inglês. Mais do que isso: motivados pelos temas de uma agenda sintonizada com a ótica dominante na vanguarda que gira em torno da órbita anglo-americana.

Sintomático disso foi a retirada francófona desse *front*. Ela não se deu ostensivamente, mas pode ser comprovada pela reduzida participação dos acadêmicos

que se expressam em francês – inclusive belgas e canadenses. Isso, apesar de o francês constituir língua oficial da Aieri. A participação francófona tem sido mantida pelo segmento que elegeu o inglês como segunda língua.

Outra evidência contundente é a criação de uma espécie de "gueto hispânico" nos congressos bienais da Aieri. Respeitando o dispositivo estatutário de que o espanhol é também língua oficial da associação, os responsáveis pela programação das atividades segmentam os trabalhos inscritos em cada seção ou grupo de trabalho, isolando, no fim de cada jornada, aqueles escritos em espanhol. Após o intervalo, quando os grupos retornam aos recintos em que estão reunidos, percebe-se que somente ficaram os hispano-falantes; os demais se retiram discretamente.

No congresso de 2004, em Porto Alegre, Margarida Kunsch, como porta-voz da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), reclamou publicamente dessa atitude, recebendo explicação plausível por parte de Kaarle Nordestreng. Ele justificou dizendo que os colegas anglo-falantes se retiravam das salas porque não eram capazes de ultrapassar a barreira idiomática.

O contra-argumento da professora Kunsch foi imediato. Se assim é, qual o sentido da presença dessas comunidades minoritárias no espaço internacionalizado que pretende ser a Aieri? A solução evidente seria a tradução simultânea, mas esta se inviabiliza pelo custo elevado dos honorários profissionais.

7 ESTRATÉGIAS

Torna-se cristalina, portanto, a necessidade de espaços em que os pesquisadores que possuem afinidades culturais possam se reunir e dialogar sobre o avanço do saber comunicacional. O exemplo mais interessante é o dos países nórdicos. Eles formaram o Nordic Centre for Communication Research (Nordicom), valendo-se do inglês como língua franca. No caso ibérico, sequer precisamos recorrer a um idioma-ponte, tendo em vista que o espanhol e o português são facilmente compreensíveis por meio da leitura e o portunhol funciona naturalmente como artifício de expressão oral.

Mais forte do que o argumento da operacionalidade comunicativa é o da contiguidade simbólica, pois vivemos em sociedades que possuem relações econômicas, políticas e culturais mais cercanas do que as decorrentes de outras articulações geopolíticas.

Por que não potencializar esses fatores convergentes para constituir uma comunidade ibero-americana de ciências da comunicação?

Com que argumento? O dos ventos que sopram favoravelmente? Eles evidenciam uma série de fatores sinérgicos.

A celebração do bicentenário da independência nacional, nos países antes dominados por lusitanos e castelhanos na América Latina, constitui momento propício para cicatrizar as feridas remanescentes do período colonial. Chegou o momento de sacudir a poeira histórica, estancando as tristezas do passado para embalar as alegrias do futuro.

Se fizermos um inventário das nossas conquistas geopolíticas, nos últimos 200 anos, vamos observar que percorremos trajetórias semelhantes na periferia do capitalismo. Da mesma forma que a América Latina sofreu a marginalidade típica do subdesenvolvimento gerado pelo pacto colonial, a Península Ibérica amargou o ostracismo a que são condenados os impérios decadentes, convertidos em satélites das potências hegemônicas.

Essa condição de mútua subalternidade, durante o século XX, de certo modo nos reaproximou. Fomos capazes de ultrapassar mágoas históricas e ressentimentos contemporâneos, engendrando formas de cooperação solidária. Nas crises de escassez de trabalho e de penúria alimentar acolhemos, lá e cá, contingentes migratórios, bem como nos momentos de *déficit* democrático asilamos perseguidos políticos e dissidentes ideológicos.

E agora que nos defrontamos com o imperativo da globalização econômica, nada mais plausível que a formação de aliança estratégica no sentido de garantir espaço próprio na geografia planetária. Em vez de gravitar secundariamente em torno de eixos aleatórios, podemos praticar a solidariedade política e a cooperação econômica, de modo a favorecer nossa própria órbita cultural.

A fisionomia multicultural do processo de globalização pressupõe a união dos "povos parentes" no sentido de preservar "identidades" que garantam a ocupação de espaços na geografia do mundo novo. Superar os ódios e os preconceitos enraizados no passado constitui o primeiro passo para a cooperação duradoura.

Nesse sentido, vale a pena reproduzir a oportuna lição de Chacon:

> O nacionalismo é bom servo e mau senhor. Só deve ser defensivo, pragmático, autolimitado instrumento, nunca um fim em si mesmo. O melhor é o universalismo (inter)nacionalista e (inter)regionalista, respeitador das diferenças, rumo à equitativa divisão internacional do trabalho baseada em custos competitivos e socialmente complementares; não apenas integração dos sistemas mundiais de produção e comercialização por cima das fronteiras e sim também livre trânsito de pessoas e informações. (...) Não se pode privilegiar impunemente o passado, o passado passou, o que fica é o legado, saudades só as do futuro (...) (CHACON, 2005, p. 39).

Em função disso, nada mais útil do que sua recomendação estratégica.

> Espanha e Hispano-América, Portugal e Brasil vivem em mundos diferentes, têm objetivos próprios, são mundos diferentes cada vez mais pelas e composições internas

> e externas que assumem. Cumpre buscar novos reencontros, outras convergências. (op. cit., p. 15).

Finalmente, é importante recordar seu recado particular aos intelectuais lusófonos.

> A lusofonia é fundamental para a identidade nacional interna de Portugal, Brasil, afro-lusófonos e timorenses diante dos vizinhos e do mundo. Lusófonos e hispanófonos precisam aprender a língua do outro, até se tornarem bilíngues, trilíngues com o inglês hoje, mais adiante com o idioma do próximo co-hegemônico, porque não se deve aceitar a unilateralidade. Quanto mais culturas, em geral, se conhecerem, tanto menos se estranharão e entrarão em conflito (...) Não só as etnias, mas também os idiomas e as culturas não podem ser excludentes, xenofóbicos. (*op cit*., p. 11).

No plano acadêmico, a correlação de forças mostra-se favorável à constituição de uma comunidade acadêmica ibero-americana. Algumas evidências saltam à vista.

A superação dos antagonismos regionalistas que distanciaram as comunidades habitantes dos espaços lusitanos e hispânicos permitiu, no início do novo século, a formação de comunidades acadêmicas nacionais.

Portugal adiantou-se, principalmente pela ausência do componente linguístico, que continua a perdurar na Espanha. O fato de o português dominar todo o território nacional facilitou imensamente a criação e consolidação da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). Aglutinando pesquisadores da capital e das províncias, essa nova entidade ganhou legitimidade no processo de intercâmbio com o Brasil e os países africanos de expressão lusitana. Depois, resgatou seus laços com a vizinha Espanha, promovendo colóquios ibéricos.

O caso espanhol é mais complexo, não apenas porque se trata de uma constelação de comunidades autônomas, onde vigora o plurilinguismo, mas em virtude da tensão política, herança da guerra civil, que o regime democrático não conseguiu sepultar. A tutela das universidades renomadas em relação às instituições emergentes ainda causa fissuras no relacionamento acadêmico. Todavia, o realismo político prevaleceu oportunamente, conduzindo ao pacto de Sevilha, quando os decanos da Comunidade de Ciências da Comunicação concordaram em confiar a Miquel de Moragas e outras lideranças históricas da área a tarefa de estruturar a Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). O processo se completou em fevereiro de 2008, quando se reuniu o primeiro congresso nacional, sob as bênçãos de Santiago de Compostela.

Estavam criadas, portanto, as condições mínimas para a formação de uma confederação ibero-americana de ciências da comunicação, capitalizando o legado acumulado pelos nossos pioneiros.

A integração das universidades europeias ao Protocolo de Bolonha pressupõe cooperação internacional com os "países parentes" e com os "vizinhos próximos ou distantes". O diálogo com os parentes exige o aprendizado do português e do espanhol como segunda língua estrangeira, sem minimizar a aprendizagem da língua inglesa. Dessa maneira, será possível, a curto prazo, criar fluxos de circulação das publicações nas duas línguas.

Como estratégia de ocupação de espaços na comunidade mundial torna-se indispensável que as vanguardas acadêmicas dominem o inglês para se comunicar fluentemente. Enquanto isso, o conjunto da comunidade pode se reunir na Associação Ibero-Americana de Comunicação (Ibercom) ou Lusocom para intercambiar conhecimentos, sem pretensões de hegemonia, de parte a parte.

É sem dúvida um espaço que pode se transformar em uma espécie de fórum para aglutinação tática, no sentido de alcançarmos a unidade por meio dos objetivos estratégicos já referidos. O que não tem sentido é continuar uma guerra surda pela conquista de adesões pessoais ou grupais. A partir daí será possível chegar a um porto seguro que nos garanta presença significativa na geografía planetária, comunicando amplamente a riqueza de nossa diversidade cultural.

Passo importante foi dado na Ilha da Madeira, de 16 a 19 de abril de 2009, onde foi gestada a integração de todas as associações nacionais e regionais em uma federação ibero-americana de ciências da comunicação, criando sinergia para defender nossos interesses comuns no seio da comunidade mundial. Visando promover ação eficaz para intervir de forma consequente na arena global, realizou-se o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, em São Paulo, de 3 a 6 de agosto de 2011. Trata-se de iniciativa destinada a reunir forças para ocupar os espaços institucionais que ambicionamos legitimamente. A esperança de bom êxito repousa, agora, na cipacidade de arregimentação de forças e da habilidade de negociação de estratégias que venham a demonstrar as lideranças que assumem a vanguarda desse movimento que pode garantir a nossa presença soberana na arena multipolar.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Manuel Correia. **Globalização e identidade nacional**. Recife: Bagaço, 2002.

BALSEMÃO, Francisco Pinto. Desordem informativa mundial. *In*: LEDO, Margarita (Org.). **Comunicación na Periferia Atlântica**. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 1996. p. 30-46.

BOLAÑO, César. Economia política, globalização e comunicação. *In*: BOLAÑO, César (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999. p. 73-96.

CARDOSO, Fernando Henrique; SOARES, Mário. **O mundo em português**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

CERVO, Amado. **Depois das caravelas**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.

CHACON, Vamireh. **O futuro político da lusofonia**. Lisboa: Verbo, 2002.

_____. **A grande Ibéria**. São Paulo: Edunesp, 2005.

FREYRE, Gilberto. **Novo mundo nos trópicos**. São Paulo: Nacional, 1971.

_____. **Além do apenas moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1973.

_____. **O brasileiro entre os outros hispanos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1975.

HACHTEN, William. **El prisma mundial de las notícias**. México: Prisma, 1989.

HOBSBAWN, Eric. **Era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HUNTINGTON, Samuel. **O choque de civilizações**. São Paulo: Objetiva, 1997.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

MARQUES DE MELO, José. **Communication and Democracy**. São Paulo: ECA/USP, 1991.

_____. **Communication for a New World**. São Paulo: ECA/USP, 1993.

_____. Uma comunidade cultural sem fronteiras físicas ou tecendo a identidade cultural luso-afro-brasileira. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, Metodista, n. 23, p. 9-24, 1995.

_____. Indústria cultural lusófona. *In*: BOLAÑO, César (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999. p. 98-114.

_____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

MARTINS, Moisés; SOUSA, Helena; CABECINHAS, Rosa. Lusocom: estudo das políticas de comunicação e discursos no espaço lusófono. *In*: LEDO ANDIÓN, Margarita (Org.). **Comunicación local no espazo lusófono**. Santiago de Compostela: Agacom, 2007. p. 301-310.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MIÉGE, Bernard. A multidimensionalidade da comunicação. *In*: BOLAÑO, César (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999. p. 13-28.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PARES I MAICAS, Manuel. **Communicació social i identitat cultural**. Barcelona: UAB, 1988.

PIM, João Esteves; KRISTENSEN, Bárbara. Comunicação lusófona: conceitos, atores e estratégias. *In*: LEDO ANDIÓN, Margarita (Org.). **Comunicación local no espazo lusófono**. Santiago de Compostela: Agacom, 2007. p. 311-336.

ROCHA, Paula Melani; SOUSA, Jorge Pedro. **Rumos do jornalismo na sociedade digital**: Brasil e Portugal. Porto: Edições UFP, 2008.

TREMBLAY, Gaetan. La sociedad de la información. *In*: LEDO ANDIÓN, Margarita (Org.). **Comunicación na Periferia Atlântica**. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 1996. p. 31-38.

CAPÍTULO 12

A COOPERAÇÃO ACADÊMICA BRASIL – FRANÇA NA ÉPOCA DAS PARCERIAS

BALANÇO CRÍTICO

Durante o IX Colóquio Brasil-França, realizado em Curitiba (PR), em setembro de 2009, por ocasião do congresso anual da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), o pesquisador franco-brasileiro Luis Bussato, com a autoridade que tem como diretor do Instituto de Ciências da Comunicação da Universidade de Grenoble reconheceu a assimetria existente nas relações acadêmicas França – Brasil no campo comunicacional.

O intercâmbio desigual até agora efetuado se projeta no privilégio usufruído por intelectuais francófonos, convidados a proferir as conferências inaugurais de congressos brasileiros de ciências da comunicação – Mattelart (1981), Miége (1995), Debray (1998) e Wolton (2009) – sem que tenha havido qualquer contrapartida por parte da comunidade francesa.

1 INTRODUÇÃO

Decorrido meio século de cooperação franco-brasileira no âmbito das ciências da comunicação, torna-se indispensável contabilizar ganhos e perdas, de lado a lado, para fomentar o intercâmbio futuro.

Pretendendo servir como ponto de partida *genealógico* e como roteiro *arqueológico* para balizar essa inadiável pesquisa comparativa sugerimos uma agenda constituída pelas ideias a seguir esboçadas. Seus resultados certamente vão alentar a cooperação França – Brasil, nesse campo acadêmico, estimulando a bilateralidade, como aliás foi cogitado durante o Colóquio França-Brasil de Curitiba, realizado no pré-congresso da Intercom em setembro de 2009.

2 DESBRAVADORES E PRECURSORES

As relações culturais entre o Brasil e a França remontam ao período colonial. Conquistadores franceses, desafiando a tutela lusitana sobre o nosso território, lograram a simpatia de tribos indígenas, ocupando espaços estratégicos no litoral. Deixaram marcas indeléveis na paisagem e no imaginário do Maranhão, de Alagoas e do Rio de Janeiro (MOREIRA NETO, 2009).

Foi, contudo, durante o ciclo napoleônico que os fluxos intelectuais ganharam consistência. Isso ocorreu por meio de exilados franceses presentes à corte

fluminense, bem como por intermédio da importação ostensiva de ideias e até mesmo do "figurino" educacional do "país inimigo" por iniciativa do príncipe regente, Dom João VI (CUNHA, 2006, p. 80).

O século XIX brasileiro testemunhou o incremento dessa influência, tornando a França "uma referência cultural forte para todos os países latino-americanos" (ORTIZ, 1991, p. 8).

Mas o contrafluxo somente se daria a partir do nosso segundo reinado, pela atuação de grandes intelectuais brasileiros nos círculos culturais franceses, principalmente no âmbito das artes visuais (D'HORTA, 2006, p. 493).

Na educação superior, a influência francesa deu-se de forma notável por meio da importação do modelo pedagógico consubstanciado nos institutos politécnicos, que precederam a criação das nossas tardias universidades (CURY, 2006).

Quando, finalmente, na década de 1930, o Brasil institui a universidade como espaço adequado para formar as nossas elites, foi decisiva a colaboração das missões francesas. Antonio Candido não hesita em reconhecer que os professores franceses se tornaram "agentes da nossa autonomia mental" (CANDIDO, 2006, p. 17).

Da missão que participou do inovador projeto da Universidade do Distrito Federal (Rio de Janeiro) restaram poucos indícios comunicacionais (MARTINIÉRE, 2006). O mais evidente está implícito na opção feita por Costa Rego, primeiro catedrático de jornalismo do país que preferiu o humanismo francês ao pragmatismo anglo-americano como estratégia pedagógica para formar os futuros profissionais da imprensa.

Mas no caso da missão que cooperou para a implantação da Universidade de São Paulo, existem indicadores expressivos. Na verdade, os cientistas franceses que viveram no território bandeirante converteram o Brasil em laboratório de observação sistemática, nutrindo com as nossas imagens e representações suas teses inovadoras.

O mais importante exemplo é o do antropólogo Lévi-Strauss (1936, 1945, 1948, 1949, 1955, 1967), que construiu sua teoria estrutural da comunicação com base na observação empírica das "estruturas elementares do parentesco" em sociedades nativas subsistentes em reservas antropológicas nacionais. É dele também o mérito de haver deslanchado aqui o filão da antropologia midiática, ao relatar, em artigo antológico, o tratamento dado pela imprensa francesa ao episódio que ele denominou "papai noel supliciado", ou seja, aos conflitos culturais ocasionados na França do pós-guerra (MARQUES DE MELO, 1971), quando símbolos consumistas ianques foram penetrando no tecido social daquele país mediterrâneo, na esteira do Plano Marshall.

Também merece destaque o protagonismo do sociólogo Bastide (1947, 1971, 1972), sempre atento aos fenômenos típicos da cultura brasileira em sua fisionomia do pós-guerra. Ele focalizou desde as manifestações tipicamente folkcomunicacionais, implícitas nos ritos de passagem e nas festas populares, àquelas explícitas nas expressões folkmidiáticas que denotam a presença do negro no jornal e no livro.

Em fase mais recente, ganhou notoriedade a atuação de Cantel (1972, 1989, 1993), estudioso da literatura de cordel, que resgatou plenamente as conexões históricas entre os proto-menestréis mediterrâneos e os neotrovadores nordestinos.

3 PIONEIROS E VANGUARDISTAS

Durante a Segunda Guerra Mundial diminui a intensidade dos fluxos interativos entre a França e o Brasil, sobretudo em função da "política de boa vizinhança", ardilosamente engendrada pela potência norte-americana. Sua tática é a de conquistar a simpatia e a adesão do nosso país por meio da projeção de valores culturais brasileiros na ribalta ianque (TOTA, 2000).

Carmen Miranda converte-se em símbolo dessa reversão de expectativas no terreno cultural. Mas o fenômeno ganhou maior consistência com a valorização dos intelectuais brasileiros nas universidades norte-americanas.

No campo da comunicação, a nova diplomacia pode ser exemplificada pela atuação de Danton Jobim, catedrático de jornalismo da Universidade do Brasil, ministrando cursos e publicando em periódicos norte-americanos. Essa postura embutiu a ideia de reciprocidade nas relações interculturais, naturalmente facilitando a assimilação de modelos norte-americanos na imprensa, o que significou o declínio da hegemonia francesa no Brasil.

Tal situação induziu a diplomacia francesa para alterar seu padrão imperial de relações culturais, marcado pela exportação unilateral de ideias e produtos.

Sintomaticamente, essa mutação estratégica converge para a figura emblemática de Danton Jobim, o primeiro *scholar* brasileiro convidado para visitar a França como professor e pesquisador. O então diretor do *Diário Carioca* não apenas lecionou na Sorbonne, mas viu ali publicado seu livro *Introduction au Journalisme Contemporaine* (JOBIM, 1957).

No mesmo ano, circulava em Paris o livro de outro brasileiro, Paulo Emílio Salles Gomes, que vivera na França, nos anos 1930, como exilado político, dedicando-se então ao estudo do cinema. Seu livro *Jean Vigo* (GOMES, 1957) foi saudado pelo cineasta André Bazin, líder intelectual da *nouvelle vague*, em artigo no jornal *France-Observateur*, como uma obra "exemplar", marcada pela minúcia e pela erudição.

Prefaciado por Jacques Kayser, o mais importante acadêmico francês de sua geração, o livro de Danton Jobim também ganhou reconhecimento e credibilidade, denotando uma nova fase nas relações franco-brasileiras no âmbito comunicacional.

Tal estratégia repercutiu favoravelmente na difusão do pensamento francês no Brasil, em uma conjuntura que aumentava o fluxo da exportação de ideias norte-americanas. Foi nessa conjuntura que circularam em nosso país vários livros introdutórios ao conhecimento da área, focalizando o cinema (SADOUL, 1951, 1952, 1963; ANGEL, 1972; MARTIN, 1963; HENNEBELLE, 1978); a imprensa (DENOYER, 1957; VOYENNE, 1971); a opinião pública (LE BON, 1956; SAUVY, 1959; DUVERGER, 1973; TARDE, 1992); a publicidade (LEDUC, 1972, 1973; VICTOROFF, 1972); a propaganda política (DOMENACH, 1963; TCHAKHOTINE, 1967); o jornalismo (TERROU, 1964; SERVAN-SCHREIBER, 1974; GAILLARD, 1974); e o sistema midiático (BURBAGE, 1973; TOUSSAINT, 1979).

Ainda persistia a disposição de valorizar o contrafluxo brasileiro, especialmente como forma de solidariedade aos perseguidos pela ditadura militar que aqui se instaurou em 1964 (ADGHIRNI, 2006, p. 438)

Isso ficaria demonstrado por meio da publicação do livro de José Freitas Nobre (FREITAS NOBRE, 1973).

Mas essa atitude foi sendo amortizada, pouco a pouco, com o deslumbramento que estigmatizou a vanguarda brasileira, sem dúvida atemorizada pelo cerco repressivo que o governo da linha dura intensificou sobre as universidades.

4 EXPORTADORES, IMPORTADORES

Nas décadas finais do século XX, ficamos reduzidos a meros importadores das ideias sobre a cultura de massas.

O ciclo deslancha com o pensamento ungido pela academia (GILSON, 1970; GUIRAUD, 1973; AMADO; GUITTET, 1978; BERGER, 1978; BOURDIN, 1979; HELBO, 1980) e o conhecimento legitimado pela universidade (ALBERT; TERROU, 1990; ALBERT; TUDESQ, 1981).

Vem a ser engrossado pelas contribuições da geração plurifacética que assume paulatinamente a hegemonia intelectual: Morin (1967, 1970, 1975, 1977, 1980, 1983, 1984, 1986, 1987, 1995, 1998, 2002, 2009); Moles (1969, 1971, 1972, 1973, 1974b); Dumazedier (1974, 1977, 1979, 1980); Barthes (1970, 1971, 1972, 1975, 1977, 1979, 1980, 2005) e Bourdieu (1979, 1989, 1996, 2005).

O auge desse processo ocorreu nos anos 1970, quando a Editora Vozes publicou uma série de coletâneas de autores que gravitavam em torno da

revista *Communications*. Editada pelo Centro de Estudos de Comunicação de Massa (CECMAS), fundada por Friedman (1973, 1974), na Escola Prática de Altos Estudos, da Universidade de Paris, a revista é publicada pelas edições Seuil. A coleção dirigida por Antonio Sergio Mendonça difunde em todo o território nacional as ideias ousadas dos jovens pensadores, como Morin e Majault (1967, 1971), Todorov (1971), Kristeva, (1971), Baudrillard (1972, 1973, 1997, 2002), Metz (1973), Peninou (1974), Bremond, (1975) etc.

Nesse ínterim, começa a emergir a vanguarda que institucionaliza as ciências da informação e da comunicação na França (ESCARPITT, 1975, 1982; LAULAN, 1976; MATTELART, 1976, 1977, 1978, 1987, 1989, 1994, 2000a, 2000b, 2003, 2005; DEBRAY, 1993, 1994a, 1994b, 1995; BOUGNOUX, 1994, 1999; MIÉGE, 2001). Em seguida, aparecem estudiosos oriundos da academia, mas que se projetam na esfera pública: Mamou (1992), Sfez (1994), Certeau (1995), Halimi (1998), Chartier (2000, 2002, 2004), Neveu (2006), Ramonet (1999) e Fayard (2006). Incluem-se aqui os pesquisadores voltados para a comunicação aplicada, por exemplo: Corraze (1982), Kapferer (1987) e Julien (1992).

A última onda está simbolizada por dois pesquisadores legitimados pelos pares e/ou respaldados pelas agências públicas de fomento científico: Wolton (1996, 1999, 2006) e Levy (1992, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2003) frequentemente convidados a proferir conferências em diferentes quadrantes do território nacional.

5 SINAIS DE MUDANÇA

Registre-se, porém, que as instituições francesas, acossadas pela intensificação do processo globalizante, cuja prevalência anglófona é ostensiva, vêm esboçando uma política de "boa camaradagem", certamente ciosa da preservação dos espaços onde sua influência continua a ser valorizada. Uma das estratégias tem sido a realização de eventos bienais, potencializando o diálogo com países amigos e promovendo atividades culturais sobre o referido país em instituições francesas. Reciprocamente, a França se converte em foco de idêntica programação no período seguinte. A avaliação do *Ano do Brasil na França*, em 2005, parece haver repercutido no item "tolerância racial", dilema que os franceses estão enfrentando de modo traumático, podendo vir a "aprender" com a experiência bem-sucedida da "miscigenação brasileira" (BARROS, 2006, p. 102).

Sem dúvida, a Missão Lang teve papel decisivo nessa viragem (MARQUES DE MELO, 2009). O Brasil seduziu, intelectualmente, pensadores como Michel de Certeau e Armand Mattelart, que aqui encontraram inspiração para suas pesquisas e reflexões. Mattelart ficou impressionado com a nossa

criatividade tecnológica no espaço audiovisual (RAMOS, 2006, p. 446) e Certeau deixou-se conduzir pela dinâmica da nossa cultura popular, enfrentando o "desafio da comunicação" (JOSGRILBERG, 2005, p. 44).

Tal mudança transparece também em projetos como *Frontiers em mouvement*, do qual resultou o dossiê dedicado ao nosso retorno à democracia, fenômeno analisado em uma perspectiva comunicacional, que ocupou edição dupla da revista *Hermes* (n. 8/9, 1991). Coordenada por Dominique Wolton, essa iniciativa mobilizou figuras emblemáticas da nossa comunidade como Fátima Pacheco Jordão, Carlos Alberto Messeder Pereira, Maria Luisa Belloni, entre outros.

Tal reversão de expectativas começa no fim dos anos 1980, quando Armand e Michelle Matellart desvelam a singularidade da telenovela brasileira perante os intelectuais franceses, publicando o livro *Le carnaval des images* (MATELLART, MATELLART, 1987). Trata-se de uma tendência que ganha consistência com a mudança de atitude dos intelectuais brasileiros inseridos nas universidades parisienses. Demonstrando autoestima nacional, eles superam a imagem pitoresca do Brasil, rotulado como "terre des contrastes" (Bastide) ou "tristes tropiques" (Lévi-Strauss) para projetar sua verdadeira dimensão, tão bem captada por Edgar Morin, quando nos caracteriza como "pays de la complexité".

Seu protagonista principal é sem dúvida Juremir Machado da Silva, autor do livro *Le Brésil, pays du présent* (MACHADO DA SILVA, 1999). Qualificada por Edgar Morin como obra de "primeira grandeza", essa versão revisada da tese de doutorado defendida na Sorbonne – *campus* da atual Université de Paris V – por um "pesquisador sério, capaz de produzir análises sociológicas cheias de sensibilidade e pertinência", oferecendo uma "interpretação não conformista", sob o signo da "compreensão e da explicação".

A institucionalização desse processo cooperativo vinha sendo buscada, desde 1992, pela aliança SFISC-Intercom, cujos principais instrumentos são os colóquios binacionais de ciências da comunicação e suas respectivas memórias. Até agora, foram promovidos nove encontros, documentados em publicações sob a coordenação de Kunsch e Lefebvre (1994), Bolaño (1999) e Lopes, Frau-Meigs e Santos (2000).

O balanço feito por Luis Busatto, durante o IX Colóquio Brasil-França, reconhece o intercâmbio desigual até agora efetuado, o que se traduz pelo privilégio usufruído por intelectuais francófonos, convidados a proferir as conferências inaugurais de congressos brasileiros de ciências da comunicação – Mattelart (1981), Miége (1995), Debray (1998) e Wolton (2009) – sem qualquer contrapartida dessa natureza por parte da comunidade francesa.

Conscientes dessa situação, lideranças brasileiras e francesas dialogaram em Curitiba sobre a necessidade de superar esse desequilíbrio cognitivo, implementando

estratégias pautadas pela reciprocidade acadêmica. Dessa compreensão orgânica formou-se o consenso de que é fundamental inventariar o conhecimento estocado nos dois países sobre os fenômenos comunicacionais na conjuntura da Guerra Fria (1957-2007).

6 INVENTÁRIO COMPARATIVO

Para lograr tal objetivo, é indispensável formar uma rede de pesquisa, mesclando pessoas e instituições dos dois países para mapear as fontes existentes sobre os processos comunicacionais, em suas dimensões midiáticas e mediacionais, com a intenção de analisar criticamente os fluxos de ideias entre os dois países, nos âmbitos teórico-metodológico e empírico-pragmático.

Assim sendo, as incursões preliminares devem ser concentradas em espaços historicamente marcados pelo intercâmbio Brasil – França.

No caso francês, sugere-se que o levantamento de dados se faça em Paris – abrangendo os antigos Instituto Francês de Imprensa e Centro de Estudos de Comunicação de Massa, os centros de documentação da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e do Centre Nationale des Recherches Scientifiques (CNRS) –, em Bordeaux (território onde Escarpitt atuou como difusor das embrionárias ciências da comunicação e da informação), em Poitiers, Lyon, Rennes e Grenoble (onde vários brasileiros estudaram e pesquisaram).

No caso brasileiro, as pesquisas podem ser feitas inicialmente em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre, Salvador e Recife. As universidades e os institutos culturais dessas cidades acumularam documentos sobre a atuação dos intelectuais franceses em nosso território e impulsionaram pesquisadores e profissionais brasileiros para estudar na França.

A etapa inicial do estudo deve ser dirigida para a identificação, o registro e a coleta dos documentos sobre a questão – teses, livros, relatórios, monografias, artigos e outros materiais –, esboçando holisticamente sua fisionomia e sugerindo particularmente sua taxonomia.

A etapa intermediária converge para a elaboração de análises críticas das tendências observadas em cada um dos países e das evidências emanadas do estudo comparativo, no tempo e no espaço.

A etapa final consistiria em produzir monografias elucidativas sobre sujeitos emblemáticos, objetos relevantes e resultados utilitários para embasar futuras ações cooperativas entre as duas comunidades.

Cada equipe nacional pode ter sua própria dinâmica operacional, embora o protocolo investigativo deva necessariamente ser comum aos dois grupos, condição indispensável aos exercícios comparativos que constituem o cerne deste projeto.

Do ponto de vista temporal, propõe-se que o projeto aqui esboçado tenha duração trienal, reservando-se um ano para cada uma das diferentes etapas. É desejável que os resultados parciais sejam socializados e avaliados reciprocamente.

Preliminarmente, vamos buscar respostas para duas questões:

a) O que os franceses conhecem sobre os processos comunicacionais brasileiros e vice-versa; e o que conhecem os brasileiros sobre os processos franceses, a partir das evidências encontradas na literatura disponível em livros, periódicos, teses, monografias e congêneres?

b) De que modo cada país exerceu influência sobre o outro nos modos de produção e circulação dos bens culturais processados nas redes midiáticas;e como a pesquisa das novas gerações pode contribuir para a assimilação dos modelos comunicacionais e dos formatos de conteúdo hegemônicos em cada uma das sociedades nacionais?

A partir das tendências observadas comparativamente será possível elaborar um programa cooperativo, a médio e longo prazos, incluindo intercâmbio de estudantes e professores, bem como definindo projetos de pesquisa capazes de fazer avançar o conhecimento cumulativo no âmbito das ciências franco-brasileiras de comunicação e informação.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. O pensamento francês no campo da comunicação no Brasil. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 421-440.

ANGEL, Henri. **O cinema**. Porto: Civilização, 1972.

ALBERT, Pierre; TERROU, Fernand. **História da imprensa**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

AMADO, Gilles; GUITTET, Andréa. **A dinâmica da comunicação em grupos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ALBERT, Pierre; TUDESQ, A. J. **História do rádio e televisão**. Lisboa: Notícias, 1989.

BARROS, Laan Mendes de. Representações da cultura brasileira na mídia francesa. **Líbero**, n. 18, São Paulo, Fundação Cásper Líbero, p. 93-102, 2006.

BARTHES, Roland. **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

———. **O grau zero da escritura**. São Paulo: Cultrix, 1971a.

———. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1971b.

———. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.

———. **Escritores, intelectuais, professores**. Lisboa: Presença, 1975.

———. **O prazer do texto**. São Paulo: Elos, 1977.

———. **O sistema da moda**. São Paulo: Nacional, 1979.

———. **Aula**. São Paulo: Cultrix, 1980.

———. **A câmara clara**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BASTIDE, Roger. **Brésil, terre des contrastes**. Paris: Hachette, 1957.

———. **Sociologia do folclore brasileiro**. São Paulo: ECA/USP, 1971.

———. **O negro na imprensa e na literatura**. Paulo: ECA/USP, 1972.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

———. **Tela total**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

———. **Para uma economia política do signo**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

BERGER, René. **Arte e comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1978.

BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. Aracaju: Editora da UFS; São Paulo: EDUC, 1999.

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da informação e da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1994.

———. **Introdução às ciências da comunicação**. Bauru: EDUSC, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

———. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1989.

———. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

———. **Esboço de auto-análise**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

BOURDIN, Alain. **McLuhan**. São Paulo: Melhoramentos, 1979.

BREMOND, Claude. **Pesquisas de retórica**. Petrópolis: Vozes, 1975.

BURBAGE, R. **Os meios de comunicação nos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Agir, 1973.

CANDIDO, Antonio. Prólogo. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 13-18.

CANTEL, Raymond. **Temas da atualidade na literatura de cordel**. São Paulo, ECA/USP, 1972.

———. **Trinte-six images examplairs**: la gravure sur bois das la litterature de cordel au Brésil. Paris: La Porte a Cote, 1989.

———. **La Litterature Populaire Brésilienne**. Poitiers: Centre de Recherche Latino-americaine, 1993.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Xadrez internacional e social-democracia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.

———. Novos desafios. **O Estado de S.Paulo**, São Paulo, p. 2, 5 jun. 2011.

CERTEAU, Michael de. **A cultura no plural**. Campinas: Papirus, 1995.

CHARTIER, Roger. **Práticas de leitura**. São Paulo, 2000

———. **Do palco à ribalta**. São Paulo: Casa da Palavra, 2002.

———. **Leituras e leitores na França do antigo regime**. São Paulo: UNESP, 2004.

CORRAZE, Jacques. **As comunicações não verbais**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

CUNHA, Luis Antonio. A matriz francesa no ensino superior brasileiro. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 79-90.

CURY, Carlos Jamil. O positivismo e a educação no Brasil. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 37-52.

D`HORTA, Vera. A matriz de um desejo: influência francesa na arte basileira. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 493-506.

DEBRAY, Regis. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.

———. **O Estado sedutor**: as revoluções midiológicas do poder. Petrópolis: Vozes, 1994a.

———. **Vida e morte da imagem**. Petrópolis: Vozes, 1994b.

———. **Manifestos midiológicos**. Petrópolis: Vozes, 1995.

DENOYER, Pierre. **A imprensa no mundo**. São Paulo: Difel, 1957.

DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. São Paulo: Difel, 1963.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

———. **Questionamento teórico do lazer**. Porto Alegre: PUCRS, 1977.

———. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

———. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: SESC, 1980a.

———. **A teoria sociológica da decisão**. São Paulo: SESC, 1980b.

DUVERGER, Maurice. **Ciência política**: teoria e método. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

GAILLARD, Philippe. **O jornalismo**. Lisboa: Europa-América, 1974.

ESCARPITT, Robert. **Fome de ler**. Rio de Janeiro: FGV, 1975.

———. Livro e leitura. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 11., 1982. João Pessoa, PB. **Anais**.

FAYARD, Pierre. **Compreender e aplicar Sun Tzu**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FREITAS NOBRE, José. **Le droit de réponse et la nouvelle technique de l`information**. Paris: Nouvelles Editions Latines, 1973.

FRIEDMAN, Georges. **Linguagem da cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1973.

———. **Os mitos da publicidade**. Petrópolis: Vozes, 1974.

GILSON, Etienne. **Cultura e sociedade de massa**. Lisboa: Moraes, 1970.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Jean Vigo**. Paris: Seuil, 1957; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

———. **Vigo, vulgo Almereyda**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

GUIRAUD, Pierre. **A semiologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1973.

HALIMI, Serge. **Os novos cães de guarda**. Petrópolis: Vozes, 1998.

HELBO, André. **Semiologia da representação**. São Paulo: Cultrix, 1980.

HENNEBELLE, Guy. **Os cinemas nacionais contra Hollywood**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

JOBIM, Danton. **Introduction au Journalisme Contemporaine**. Paris: Nizet, 1957.

JOSGRILBERG, Fabio. **Cotidiano e invenção, os espaços de Michel de Certeau**. São Paulo; Escrituras, 2005.

JULIEN, Claude. **A comunicação social vítima dos negociantes**. Lisboa: Caminho, 1992.

KAPFERER, Jean-Noel. **Boatos**. Lisboa: Europa-América, 1987.

KRISTEVA, Julia. **Literatura e semiologia**. Petrópolis: Vozes, 1972.

KUNSCH, Margarida; LEFEBVRE, Yvonne. **France-Brésil**: recherches recentes em sciences de la communication. Paris: Université Paris XII, 2000.

LAULAN, Anne-Marie. **Imagem e comunicação**. São Paulo: Melhoramentos, 1976.

LE BON, Gustave. **As opiniões e as crenças**. São Paulo: Cia. Brasil Editora, 1956.

LEDUC, Robert. **Propaganda, uma força a serviço da empresa**. São Paulo: Atlas, 1972.

LEDUC, Robert. **Marketing, como lançar um produto**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1973.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Contribution à l`étude de l`organisation sociale des Indiens Bororo. **Journal de la Societé des Americanistes**, Paris, fasc., 2, 1936.

———. L`analyse structurele en linguistique et antropologie. **World, Journal of the Linguistic Circle of New York**, New York, v. 1, n. 2, 1945.

———. **La vie familiale et sociale des indiens nambikwara**. Paris, 1948.

———. **Les estrucutures elementaires de parenté**. Paris, 1949.

———. **Tristes tropiques**. Paris: Plon, 1955.

———. Papai Noel supliciado. **Folkcomunicação**. São Paulo: ECA/USP, 1971.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. 1. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

———. **As árvores de conhecimentos**. São Paulo: Escuta, 1995.

———. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

———. **A ideografia dinâmica**: rumo a uma imaginação artificial? São Paulo: Loyola, 1998a.

———. **A máquina universo**: criação, cognição e cultura informática. São Paulo: ARTMED, 1998b.

———. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

———. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000a.

———. **Filosofia world**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. Lisboa: Instituto Piaget, 2000b.

———. **A conexão planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: Editora 34, 2001.

———. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

LOPES, M. Immacolata; FRAU-MEIGS, Divina; SANTOS, Maria Salett Tauk. **Comunicação e informação**: identidades e fronteiras. Recife: Bagaço, 2000.

MACHADO DA SILVA, Juremir. **Le Brésil, pays du présent**. Paris: Desclée de Brouwer, 1999.

MAMOU, Yves. **A culpa é da imprensa**. São Paulo: Marco Zero, 1992.

MARQUES DE MELO, José. **Folkcomunicação**. São Paulo, ECA/USP, 1971.

———. **A presença de Armand Mattelart no cenário brasileiro das ciências da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2009.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1963.

MARTINIÉRE, Guy. Mais algumas observações a propósito das missões francesas no Brasil. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 481-492.

MATTELART, Armand. **As multinacionais da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

———. **Para ler o Pato Donald**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

———. **Multinacionais e sistemas de comunicação**. São Paulo: Ciências Humanas, 1978.

———. **Cultura conta democracia?** São Paulo: Brasiliense, 1987.

———. **O carnaval das imagens**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

———. **História das ciências da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000a.

———. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000b.

———. **Comunicação-mundo**. Petrópolis: Vozes, 2000c.

———. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MATELLART, Armand; MATELLART, Michelle. **Le carnaval des images**. Paris: la Documentation Française, 1987.

METZ, Christian. **A análise das imagens**. Petrópolis: Vozes, 1973.

MIÉGE, Bernard. **Pensamento comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MOLES, Abraham. **Teoria da informação e percepção estética**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

———. **A criação científica**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

———. **O kitsch**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

———. **Rumos de uma cultura tecnológica**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

———. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1974a.

———. **Sociodinâmica da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1974b.

MOREIRA NETO, Carlos de Araújo (Org.). **Franceses no Brasil, séculos XVI e XVII**. Rio de Janeiro: Fundação Darcy Ribeiro, 2009. V. 1.

MORIN, Edgard. **Cultura de massa no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense, 1967.

———. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa, Moraes, 1970.

———. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

———. **Cultura de massa no século XX**: necrose. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

———. **As estrelas do cinema**. Lisboa: Horizonte, 1980.

———. **Da natureza da URSS**. Lisboa: Europa-América, 1983.

———. **Sociologia**. Lisboa: Europa-América, 1984.

———. **Para sair do século XXI**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

———. **Pensar a Europa**. Lisboa: Europa-América, 1987.

———. **Terra-pátria**. Porto Alegre: Sulina, 1995.

———. **O método**. Porto Alegre: Sulina, 1998. 4 v.

———. **A cabeça bem feita**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2002.

———. **Cultura e barbárie européias**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2009.

MORIN, Violette; MAJAULT, Joseph. **Erotismo, um mito moderno**. Rio de Janeiro: Bloch, 1967.

———. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1971.

———. **Civilização industrial e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1973.

NEVEU, Erik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

ORTIZ, Renato. **Cultura e modernidade**: a França no século XIX. São Paulo, Brasiliense, 1991.

PENINOU, Georges. **Os mitos da publicidade**. Petrópolis: Vozes, 1974.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Lisboa: Campo das Letras, 1999.

RAMOS, José Mário Ortiz. O Futuro da Cooperação entre a França e o Brasil no Domínio da Comunicação Audiovisual. *In*: MARTINS, Carlos Benedito (Org.). **Diálogos entre o Brasil e a França**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2006. p. 459-464.

SADOUL, Georges. **A vida de Carlitos**. Rio de Janeiro: CEB, 1953.

———. **O cinema**. Rio de Janeiro: CEB, 1956.

———. **História do cinema mundial**. São Paulo: Martins, 1963. 2 v.

SAUVY, Alfred. **A opinião pública**. São Paulo, Difel, 1959.

SERVAN-SCHREIBER, Jean. **O poder da informação**. Lisboa: Europa-América, 1972.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo; Martins Fontes, 1992.

TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

TERROU, Fernand. **A informação**. São Paulo: Difel, 1964.

TODOROV, Tzvetan. **Literatura e semiologia**. Petrópolis: Vozes, 1972.

TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TOUSSAINT, Nadine. **A economia da informação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

VICTOROFF, David. **Psicossociologia da publicidade**. Lisboa: Moraes, 1972.

VOYENNE, Bernard**. O público da imprensa**. São Paulo: ECA/USP, 1971.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. São Paulo: Atlas, 1996.

———. **Pensar a comunicação**. São Paulo: Difel, 1999.

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

CAPÍTULO 13

O DILEMA DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS PARA INTEGRAR MASSIVO E POPULAR

1 SOCIEDADE MIDIÁTICA

A sociedade midiática caracteriza-se pela prevalência das indústrias criativas no conjunto das atividades de produção e circulação dos bens simbólicos que configuram e dão sentido à sua identidade cultural.

Principal indicador do desenvolvimento da indústria midiática, o fluxo dos investimentos em publicidade mostrava-se regressivo na América Latina, figurando como o continente que menos investia nesse setor, no início do século XXI. Ocupava, então, a retaguarda mundial, situando-se atrás da África e do Oriente Médio.

Apenas o Brasil e o México demonstravam sinais de vitalidade, incluídos no *Advertising Expenditure Forecast* (Zenith Optimedia, 2005). Tendo pertencido ao *Top 25*, a Argentina desapareceu, desde 2001, do seleto clube dos maiores anunciantes mundiais. A situação brasileira já era conjunturalmente confortável. Aplicando US$ 9.2 milhões/ano, nosso país figurava em oitavo lugar no volume de investimentos publicitários – depois da China, Itália, França, Alemanha, Inglaterra, Japão e Estados Unidos. Quando se calculava a correlação entre a verba publicitária (VP) e o produto nacional bruto (PNB), o Brasil evoluía para a segunda posição, precedido tão somente pelos Estados Unidos.

Entretanto, a distribuição do bolo publicitário vem sendo feita de modo paradoxal segundo os diferentes meios existentes no território brasileiro. Enquanto a indústria audiovisual (televisão, rádio) concentrava os recursos aplicados com a mídia impressa (jornal, revista), quantia inexpressiva restava para os veículos emergentes (internet, *outdoor*) e migalhas para os bolsões marginais (folkmídia).

O desafio da interação entre os dois subsistemas confere singularidade à geografia comunicacional brasileira.

A natureza continental e a topografia acidentada do espaço brasileiro inibiram durante vários séculos a interiorização dos fluxos comunicacionais. Foi inevitável a constituição de culturas regionais, unificadas pelo mesmo código linguístico, mas diferenciadas pelos usos e costumes locais.

O maior contingente da nossa sociedade era constituído por escravos negros, miseráveis e analfabetos. Sua libertação somente ocorreu no fim do século XIX. Abandonados à própria sorte, os remanescentes da escravidão agravaram o

êxodo rural, engrossando as comunidades marginais que deram origem às favelas hoje espalhadas pelos cinturões metropolitanos.

Nesses guetos, eles se comunicam de forma rudimentar. Valendo-se de expressões folkcomunicacionais, enraizadas nas tradições étnicas, vão se adaptando às cidades. E defrontam-se empaticamente com as expressões culturais geradas pelos fluxos massivos (cinema, disco, rádio, televisão).

Esses dois Brasis confrontam-se e interagem continuamente. As manifestações folkcomunicacionais decodificam e reinterpretam as expressões da indústria cultural e esta procura retroalimentar-se nas fontes inesgotáveis da cultura popular. O fosso entre as duas correntes reduziu-se muito lentamente, durante o século XX, traduzindo a vacilação das nossas elites para eliminar as desigualdades sociais.

A integração ou ao menos o diálogo entre esses dois sistemas constitui o maior desafio das vanguardas nacionais.

2 RAÍZES HISTÓRICAS

Quando, a partir do século XVI, o território brasileiro começou a ser disputado pelos colonizadores europeus (portugueses, franceses e holandeses), o instrumento de comunicação vigente em todo o litoral era o tupi-guarani. Essa "língua franca" predominou até o século XVIII, tendo sido codificada, para fins pedagógicos, pelos missionários jesuítas.

Durante o ciclo do ouro, os governantes portugueses interiorizam o povoamento, intensificando o fluxo populacional, por meio da importação de mão de obra. Colonos brancos procedentes da Península Ibérica ou recrutados nas colônias asiáticas, bem como escravos negros oriundos da África se misturam com os mestiços resultantes do caldeamento entre lusos e nativos.

Para neutralizar os ruídos causados pelo confronto linguístico entre os nativos aculturados e os novos adventícios, os colonizadores lusitanos determinam tardiamente a obrigatoriedade da língua portuguesa nas relações sociais.

Esse processo desencadeia tensões, acarretando a transformação do idioma do império, que incorpora palavras ou expressões dos dialetos africanos ou das línguas americanas. O resultado é a constituição de um código de comunicação oral, empregado pelos contingentes subalternos, que se distancia do código escrito, preservado pelas elites.

Assim sendo, o processo de comunicação das classes trabalhadoras preservou laços estreitos com a oralidade, cultivada no interior da Colônia, enquanto as classes ociosas permaneceram sintonizadas com o beletrismo típico da Corte Imperial.

Encontra-se nessa dissonância retórica a raiz da bipolarização dos fluxos comunicacionais, configurando o sistema midiático vigente no Brasil contemporâneo.

3 ARQUIPÉLAGO CULTURAL

O diagnóstico exibe maior complexidade quando constatamos que o espaço geográfico brasileiro, por sua natureza continental e sua geografia descontínua e acidentada, inibiu durante vários séculos a interiorização dos fluxos comunicacionais. Estes privilegiavam a via marítima, principalmente em direção à Corte Portuguesa, mantendo incomunicadas as comunidades nacionais.

Foi inevitável a germinação de padrões culturais diferenciados, de região para região, amalgamados tão somente pelo código linguístico imposto pelo colonizador, mas diferenciados pelos usos e costumes locais.

Esse "arquipélago cultural" permaneceu praticamente imutável até o século XX, quando foram otimizadas as comunicações por via fluvial ou construídas as rodovias e as ferrovias e desenvolvidas as aerovias, removendo as barreiras que obstaculizavam a circulação de mercadorias ou de bens simbólicos.

Por outro lado, é indispensável mencionar o obscurantismo cultural praticado pela Coroa Portuguesa durante todo o período colonial. Foi preservada até as vésperas da independência nacional, no início do século XIX, a ausência de escolas, universidade, imprensa, bibliotecas, correio e outros aparatos culturais.

4 POLÍTICAS PÚBLICAS

Durante dois séculos, o comportamento do Estado brasileiro manteve-se opaco em relação às políticas públicas de comunicação.

Não obstante existissem diretrizes para regular o sistema nacional de comunicação massiva, primeiro a imprensa e depois a mídia eletrônica, elas nunca foram articuladas em um corpo doutrinário autônomo. Na verdade, estavam embutidas – ou escondidas – na legislação ordinária.

Em termos constitucionais, a única política transparente durante o Império ou a República foi a do *controle da informação*. A tendência dominante pautou-se muito mais pelo espírito repressivo do que pelo incentivo à comunicação democrática.

Longos períodos autoritários marcaram a nossa organização política, deixando marcas profundas no *ethos* brasileiro. De tal forma que a nossa postura diplomática foi de hesitação, dubiedade ou dissimulação, justamente quando a comunicação se impôs como tema relevante da agenda internacional, na segunda metade do século XX.

O Brasil oscilou entre a simpatia pela retórica libertária dos países do Terceiro Mundo e a adesão ao rolo compressor capitaneado pela potência hegemônica, cuja estratégia era simplesmente desqualificar as decisões terceiro mundistas chanceladas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

A Constituição Cidadã de 1988 representa o fim dessa tradição de "tapar o sol com a peneira". Pela primeira vez, os nossos legisladores enfrentam com determinação os desafios da sociedade midiática, dedicando-lhe um capítulo exclusivo da nossa Carta Magna.

Sob o título genérico "Da Comunicação Social", os Arts. 220 e 224 assimilam em grande parte as aspirações democráticas da nossa sociedade civil.

Mas passados 20 anos, somos obrigados a constatar que poucos avanços foram contabilizados. Se logramos garantias constitucionais para comunicar democraticamente, faltam-nos ainda instrumentos legais capazes de implementar os princípios que as fundamentam.

Temos evidentemente uma grande conquista que merece reconhecimento. Trata-se do respeito à liberdade de expressão pública. Nunca vivemos, em toda a nossa trajetória republicana, conjuntura mais rica em termos de liberdade de imprensa.

5 TRADIÇÃO DO IMPASSE

Nesse momento em que o país demonstra pujança democrática e altivez cultural, torna-se inadiável a formulação de políticas públicas de comunicação consentâneas com as demandas do século XXI.

Temos a expectativa de pavimentar nossa passagem para a sociedade do conhecimento, extirpando a exclusão comunicacional a que estão condenados vastos contingentes da nossa população que passaram pela escola, mas não se converteram em leitores de jornais, revistas ou livros.

Sedentos de leitura e famintos de cultura, esses bolsões marginais da sociedade de consumo protagonizam papéis de segunda ou terceira classe, sem exercer plenamente a cidadania.

O advento da sociedade digital recoloca na ordem do dia aquela observação perspicaz feita, no apagar das luzes do século XIX, pelo intelectual paraense José Veríssimo: o Brasil cultiva a "tradição do impasse". A nação tem consciência de seus problemas fundamentais, vislumbrando os caminhos para solucioná-los, porém as elites que controlam o poder hesitam em dar-lhes tratamento adequado, optando por medidas paliativas que agravam a situação.

Nada melhor que o resgate dessa metáfora para entender o que ocorre na complexa estrutura comunicacional brasileira, em que dois sistemas coexistem paradoxalmente, neste início do século XI, interagindo no plano das trocas simbólicas, sem integrar-se na esfera das providências estratégicas.

6 MÍDIA CIDADÃ

Distantes da imprensa e da internet, as comunidades empobrecidas que habitam as periferias urbanas se valem de meios rudimentares de expressão, seja para reinterpretar as mensagens recebidas diretamente da mídia massiva, seja para disseminar alternativamente suas informações, opiniões ou atitudes.

Desprovidas de suportes midiáticos e destituídas de referentes simbólicos que habilitassem ao ingresso na Galáxia de Gutenberg, as classes subalternas foram criando sua própria mídia (artesanal, ardilosa, criativa). Trata-se do embrião da mídia cidadã, que ganharia densidade, mas não necessariamente legitimidade, na fase posterior à independência nacional. Conformando o sistema de folkcomunicação, essas manifestações populares permanecem vivas até os dias atuais, coexistindo dialeticamente com a mídia massiva.

Na verdade, o sistema *folk* mantém autonomia em relação ao sistema massivo, com ele se articulando de modo pendular. Ora exercita uma espécie de mediação simbólica, filtrando significados e atuando como correia de transmissão. Ora funciona como agente retroalimentador, preenchendo brechas ao incluir suas próprias demandas na agenda das emissões massivas.

Identificando-o como mídia dos "marginalizados", Luiz Beltrão inventariou as formas rudimentares por meio das quais as camadas populares expressam sua inconformidade em relação à sociedade instituída pelos estamentos superiores. Coletando evidências em várias regiões do país, compôs um panorama unificado pela universalidade que advém do folclore, cujas "raízes, tronco e ramos" estão profundamente arraigados na "natureza humana".

A tipologia dessa comunicação rústica engloba quatro gêneros folkmidiáticos: oral, visual, icônico e cinético. Para melhor compreensão de sua natureza simbólica convém descrever alguns tipos emblemáticos:

- Folkmídia oral: cantoria – improvisações poéticas de artistas andarilhos que revivem os jograis ibéricos, percorrendo as comunidades rurais ou as periferias urbanas.
- Folkmídia visual: literatura de cordel – folhetos impressos em tipografias rudimentares, narrando em versos os feitos dos heróis populares ou recontando em linguagem coloquial os romances canonizados pela literatura erudita.

- Folkmídia icônica: ex-voto – conhecido como "milagre ou promessa", corresponde a ação de graças por um "favor alcançado do céu".
- Folkmídia cinética: forró – baile ou festa de gente humilde. Essas casas de dança surgiram com a migração nordestina para Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.

7 TRANSIÇÃO LENTA E GRADUAL

Esses dois Brasis se confrontam, interagem e complementam. As manifestações folkcomunicacionais do Brasil tradicional recodificam e reinterpretam as expressões massivas do Brasil moderno.

O fosso entre os dois fluxos se foi reduzindo lentamente, no correr do século XX, traduzindo a pouca apetência das elites brasileiras para eliminar as desigualdades sociais. A chegada dos imigrantes estrangeiros no início do século passado acelerou, por exemplo, a expansão da imprensa, cuja leitura era demandada pelas comunidades letradas oriundas da Europa.

Mais recentemente, o incremento das oportunidades educacionais para os trabalhadores urbanos acarretou o crescimento das tiragens dos jornais e das revistas. A elevação do nível cultural das classes médias influiu na melhoria dos conteúdos da televisão, como foi o caso das telenovelas.

Mas enquanto perdurar o impasse institucional, sem alterar-se o quadro da exclusão social e da indigência educacional, os dois sistemas comunicacionais permanecerão ativos, correspondendo às demandas culturais de audiências estanques ou segregadas.

REFERÊNCIAS

Brasil – Sociedade

BECKER, Bertha; EGLER, Cláudio. **Brasil, uma nova potência regional**. São Paulo: Bertrand, 1993.

BENJAMIN, Roberto. **A África está em nós**. Recife: Grafset, 2003. 2. v.

BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira, temas e situações**. São Paulo: Ática, 2002.

CÂMARA CASCUDO, Luis da. **Civilização e cultura**. São Paulo: Global, 2004.

CONNIFF, Michael; MCCANN, Frank. **Modern Brazil**. Univ. of Nebraska Press, 1991.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora Edusp, 1995.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAGE, Joseph. **Brasil, el gigante vecino**. Buenos Aires: Emecê, 1996.

PEKIC, Vojislav. **Brasil, el gigante del sur**. Madrid: Anaya, 1991, 1996.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2006.

SCHWARTZ; SOSNOWSKI. **Brasil, o trânsito da memória**. São Paulo: Editora Edusp, 1994.

SILVA, Juremir Machado. **Le Brésil, pays du présent**. Paris: Desclée de Brouwer, 1999.

SODRÉ, Nelson Werneck. **O que se deve ler para conhecer o Brasil**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

VOGT, Carlos; FRY, Meter. **Cafundó, a África no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

Brasil – Comunicação

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Folclore nacional**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

———. The Folkcommunication System. *In*: GOMUNCIO, Afonso; TUFTE, Thomas. **Communication for Social Change Anthology**. South Orange, 2006a.

———. Comunicação no Brasil. *In*: ANUÁRIO UNESCO/METODISTA DE COMUNICAÇÃO REGIONAL, 10., São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2006b.

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: EDUC.

CASTELO BRANCO, Renato *et al*. **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: IBRACCO, 1990.

COSTA, Helouise; SILVA, Renato Rodrigues da. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac Naif, 2004.

FAUSTO NETO, Antonio *et al*. **Brasil, comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.

GRUPO DE MÍDIA. **Mídia dados 2006**. São Paulo, 2006. Disponível em: <www.gm.org.br>.

HALLEWELL, Lawrence. **O livro no Brasil**. São Paulo: Editora Edusp, 2005.

HOHLFELDT; Antoni; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da comunicação**: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo *et al*. **Brazilian Communication Research**. São Paulo: Intercom, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **Communication for a New World, Brazilian Perspectives**. São Paulo: ECA/USP, 1993.

———. **Pedagogia da comunicação**: matrizes brasileiras. São Paulo: Angellara, 2006.

MARQUES DE MELO; QUEIROZ. **Identidade da imprensa brasileira no final do século**. São Bernardo do Campo: Metodista, 1998.

MARQUES DE MELO, Gobbi; SANTOS. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2001.

MATTOS, Sergio. **História da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2002.

———. **Mídia censurada***:* a história da censura no Brasil e no mundo. Paulus, 2005.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

MOREIRA; BIANCO. **Desafios do rádio no século XXI**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2001.

MORENO, Antonio. **Cinema brasileiro**. Niterói: EDUFF, 1994.

PINHO, J. B. **Publicidade na internet**. São Paulo: Summus, 2000.

———. **Relações públicas na internet**. São Paulo: Summus, 2002.

———. **Jornalismo na internet**. São Paulo: Summus, 2003.

SÁ, Adisia. **O jornalista brasileiro**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1999.

WERNECK, Humberto. **A revista no Brasil**. São Paulo: Abril, 2000.

CAPÍTULO 14

POLÍTICAS INCLUSIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA MÍDIA DIGITAL

1 DEBATE CÍCLICO

A questão das políticas públicas de comunicação ficou ausente da agenda nacional dos países latino-americanos, com raras exceções, durante o ciclo autoritário dos anos 1960-1970 (MARQUES DE MELO, 1983, p. 196). Ela reaparece com vigor nas décadas de 1980-1990, pautada pelos movimentos populares, nos processos de redemocratização negociada (MARQUES DE MELO, 1998, p. 354-372).

O debate tornou-se cíclico, no Brasil, refletindo as conveniências políticas das forças que lutam pela hegemonia, dentro do aparato estatal. A comunidade acadêmica de comunicação só conjunturalmente tem privilegiado a sua revisão (FADUL, 1986; MARQUES DE MELO, 1989; LOPES; MARQUES DE MELO, 1997). Neste liminar da sociedade digital, figurou no tema central do congresso de Brasília (INTERCOM, 2006), cujos participantes reivindicaram do Estado a formulação de "estratégias de comunicação que fortaleçam o sistema democrático pluralista frente ao poder econômico liberal" (RAMOS; BIANCO, 2008, p. 15).

Esse poder vem sendo evidenciado pelas forças do mercado que monitoram competentemente a evolução dos negócios. Os publicitários, por exemplo, proclamam o "amadurecimento" da mídia interativa, gerando um ambiente de maior "competitividade", ensejando novos "formatos" comerciais.

> O Brasil fechou 2009 com 66,3 milhões de internautas, contabilizando os acessos em todos os ambientes – residências, trabalho ou locais públicos – e ficou em primeiro lugar no *ranking* de tempo de navegação, à frente de europeus e americanos (GRUPO DE MÍDIA, 2010, p. 536).

Não foi aleatório o retorno da "sociedade digital" ao debate da arena acadêmica, durante 2009, nos congressos regionais (Teresina, Blumenau, Brasília, Rio de Janeiro, Porto Velho) e nacional (Curitiba) da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), bem como na Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), suscitando o desafio da integração dinâmica do campo simbólico. Privilegiando o trinômio *comunicação – educação – cultura*, o governo federal e a sociedade civil tiveram oportunidade singular para repensar quais as demandas da nossa sociedade.

Com a posse da nova presidente da República, as políticas públicas se orientam para fortalecer a experiência democrática, testada no período FHC-Lula.

Na tentativa de corresponder a esse desafio, julgo conveniente discutir o conceito de sociedade digital, fazendo o resgate do imaginário a ela referente e o inventário da fortuna acumulada pela academia, antes de apresentar idéias sobre o que o convém ao Brasil no segmento da mídia interativa.

2 CONCEITO AMBÍGUO

Se as políticas devem ser repensadas para vigência no alvorecer da sociedade digital, torna-se indispensável precisar seu conceito, para saber exatamente de qual sociedade estamos falando.

Em língua portuguesa, a situação é consensual em Portugal, pois Rodrigues (2000), Szymaniak (2000) e Cascais (2001) se limitam a registrar o adjetivo *digital* e o substantivo *digitalização* com sentidos tecnologicamente circunscritos. No Brasil, o quadro não é destoante. Katz, Doria e Costa Lima (1971) já dimensionavam o fenômeno digital no momento em que o campo da comunicação florescia na Brasil. O autor do verbete é Francisco Antônio Dória (KATZ; DÓRIA; COSTA LIMA, 1971, p. 91-92), que possui formação na área de ciências exatas, explicando sua significação cibernética. Se Rabaça e Barbosa (1978) já incluem o adjetivo em sua significação numérica, tendo Dória como fonte, Erbolato (1985) sequer fez referência.

O reducionismo tecnológico vai prevalecer também nos dicionários mais recentes: Mello (2003) inclui o adjetivo digital e o verbo digitalizar, enquanto Pizzotti (2003) incorpora dez vocábulos – todos com significação técnico-operacional. Marcondes Filho (2009) prefere valorizar seus derivativos, incluindo os verbetes: círculo cibernético (Marcondes Filho), ciborg (Viviani), cibercultura e cibernética (Rüdiger) e comunidade virtual (Primo).

Embora ignorem o adjetivo digital, Queiroz e Silva (1983) da Intercom introduzem o universo em que a digitalização se processou, por meio dos verbetes relativos a informática, telecomunicações e novas tecnologias da comunicação.

Logo a seguir, aparece o conceito de *sociedade digital*, legitimado pela revista científica da Intercom. Quem inova é Berta Sichel, autora do artigo *A Sociedade Digital*, publicado na década de 1980. Ela explica que a sociedade contemporânea é uma "sociedade da informação" ou "sociedade do conhecimento", advertindo: "a digitalização da sociedade é um processo irreversível". Sua previsão é para que "talvez demore meio século", mas "nada deterá nem domínio, nem mesmo uma guerra" (SICHEL, 1984, p. 20).

As previsões de Sichel estão se confirmando velozmente, mas ainda não podemos caracterizar o Brasil como "sociedade digital". Estamos no limiar dessa sociedade,

já que persistem no arquipélago brasileiro ilhas "analógicas", cuja transformação não se dará por obra e graça da tecnologia. Elas compõem aquele polo nutrido pelo "déficit de pensamento" que mantém suas populações analfabetas do ponto de vista democrático, como Nosty (2005, p. 283) descreve contundentemente.

3 EUFORIA DIGITAL

O advento da sociedade digital vem suscitando uma euforia coletiva neste final da primeira década do século XXI. Temos a sensação de estar vivendo um novo milenarismo, baseado na crença de que a revolução tecnológica contém a solução para todos os problemas da humanidade.

Esse deslumbramento povoa o imaginário das faculdades de comunicação, em que a temática digital predomina em congressos, seminários, cursos de extensão, ensejando dossiês nas revistas científicas. Matérias especiais em jornais laboratório, bem como em projetos experimentais, privilegiam o universo digital na forma ou no conteúdo. Coincidentemente, começam a entrar em quarentena ou a ser congeladas aquelas manifestações comunicacionais cujos suportes ainda estão ancorados nas velhas tecnologias (SCHMIDT, 2007, p. 29-42).

Preferindo batizar como "espaço pervasivo", que se infiltra pelas "dobras e frestas" do tecido social, Lemos e Palácios (2001, p. 7) apreenderam a essência do fenômeno.

> O milênio termina marcado por uma Revolução Tecnológica Informacional que está reconfigurando o conjunto das sociedades humanas em todos os seus aspectos, implodindo barreiras de Tempo & Espaço e colocando a Informação como elemento central de articulação das atividades humanas.

Dois indicadores permitem compreender melhor a situação:

1. A velocidade com que a internet vem se expandindo em todo o planeta, fomenta decisivamente esse tipo de percepção. Se em 1995, ano do seu deslanche, a rede mundial de computadores (*world wide web* – www) beneficiava 16 milhões de usuários, em 2001 a cifra havia pulado para 400 milhões, alcançando 1 bilhão em 2005, havendo estimativas de que duplicaria no ano seguinte, totalizando 2 bilhões de internautas (CASTELS, 2003, p. 8).
2. O interesse crescente da audiência midiática pelas formas digitais de comunicação reflete o impacto daquela tendência. Para melhor aferir essa variável, fizemos um teste comparativo, por meio do Google, a base de dados de maior difusão nacional. Teclando as palavras-chave *mídia digital* e *mídia impressa*, encontramos resultados surpreendentes. O estoque acumulado de referências à *mídia digital* atingia o patamar de 87.100.000 unidades de informação, não passando de 404 mil unidades as menções à *mídia impressa*.

No contrafluxo da euforia digital, os movimentos populares reivindicam políticas públicas capazes de reduzir ou eliminar as barreiras que dividem grupos, comunidades ou até mesmo nações, em ambiente conflituoso. Elas identificam claramente a raiz do problema, ou seja, a criação de um "fosso digital", fenômeno mais conhecido pelas denominações em língua inglesa (*digital divide*) ou espanhola (*brecha digital*).

4 FORTUNA COGNITIVA

De que forma a comunidade acadêmica tem enfrentado essa questão? Trata-se, ainda, de objeto a ser mais explorado, desafiando o talento dos nossos pesquisadores.

Nesse sentido, a situação brasileira tem certas analogias com o panorama espanhol, onde o reduzido compromisso acadêmico se reflete na escassa "ação política" e participação na "gestão pública" (NOSTY, 2005, p. 161). Trata-se de peculiaridade que Bustamante atribui à falta de sensibilidade política do empresariado, enfatizando que "as lacunas da pesquisa integral das indústrias culturais" decorrem do "escasso compromisso cultural das empresas e fundações privadas" (BUSTAMANTE, 2002, p. 29).

A revisão da bibliografia brasileira sobre a sociedade digital mostra que o conhecimento produzido é bastante fragmentado, descontínuo, em processo de sistematização orgânica.

Sem pretender abarcar toda a nossa fortuna cognitiva, identificamos o que traz contribuições relevantes para balizar o debate sobre a questão digital. Dois conjuntos se destacam. O primeiro constituído pelas explorações precoces (década de 1980) e o segundo pelos aportes em circulação na passagem do século.

4.1 Pioneiros

Cronologicamente, a primeira incursão foi promovida pelo Sindicado dos Jornalistas do *Estado de S.Paulo*, ao realizar em 1981 o seminário *Quem tem medo do computador?* Estimulando o diálogo entre jornalistas e especialistas em informática, dirimiu dúvidas que inquietavam a categoria, à véspera e durante o processo de informatização das redações de jornais.

Esse evento histórico gerou um livro coletivo *Que é isso, computador?* cujo título foi engenhosamente criado por José Hamilton Ribeiro. Seu organizador se inspirou no livro-reportagem de Fernando Gabeira *Que é isso, companheiro?* Suas teses circularam amplamente durante o auge dos conflitos entre jornalistas e empresas, pavimentando o processo de substituição das velhas máquinas de escrever pelos novos terminais de computadores (RIBEIRO, 1998, p. 158).

Na verdade, o conceito de *sociedade digital* ganhou notoriedade, no país, por iniciativa da Intercom, figurando como tema de capa do *Boletim Intercom*,

n. 48, que publicou um dossiê com artigos de três especialistas: Berta Sichel, José Hamilton Ribeiro e Letícia Faria. Em 1983, eles haviam participado do VI Congresso da Intercom, na cidade paulista de Bertioga. Anamaria Fadul, sua coordenadora, assumiu publicamente a liderança da interlocução entre intelectuais, empresários e governantes sobre as políticas nacionais de informação e comunicação. A polêmica Lei da Reserva de Mercado da Informática para as indústrias estrangeiras catalisou o interesse coletivo. A memória do evento foi recuperada e publicada sob a forma de livro (FADUL, 1986).

Apareceu, na sequência, a primeira obra brasileira que explica em detalhes "a revolução do computador, das comunicações e dos robôs", produzindo a "sociedade inteligente". Siqueira (1987, p. 6) diz que "além de documentar jornalisticamente uma amostra internacional do que acontece no âmbito das novas tecnologias da informação, *A Sociedade Inteligente* traz uma proposta de mudança apaixonada da realidade brasileira." Expondo a tese central do livro, o autor adverte: "nós, brasileiros, podemos transformar profundamente este País", mas, a "disponibilidade dessas tecnologias, por si só, não operará nenhum milagre, nem bastará para produzir a tão sonhada metamorfose nacional, se o homem brasileiro não estiver preparado para usá-las, para absorvê-las, para desenvolvê-las e para criá-las incessantemente". Trata-se de lição até agora não inteiramente assimilada pela nossa vanguarda, política ou intelectual.

4.2 Contemporâneos

Mais complexa, enfeixando a resposta da comunidade acadêmica às inquietações provocadas pela euforia digital inicialmente referida, a safra atual pode ser resumida em dois grupos: *i*) estudos empíricos; e *ii*) reflexões teóricas.

As observações empíricas, apesar de escassas, enriquecem o conhecimento sobre os usos e as aplicações das inovações digitais nas corporações profissionais. Pinho (2000) descobriu o potencial da internet para difundir estratégias de publicidade e vendas. Machado (2003) descortinou o ciberespaço como fonte para os jornalistas. Essa área também se beneficiou das contribuições propiciadas por Machado e Palácios (2003), que selecionaram "modelos de jornalismo" experimentados no espaço digital construído pelo laboratório de jornalismo *on-line* para testar inovações e consolidar métodos de trabalho. Em outra direção, Pinho (2003a) diagnosticou pragmaticamente os espaços ocupados pelo jornalismo na rede mundial de computadores, com a finalidade de embasar o "planejamento e produção da informação *on-line*". Pinho (2003b) também enveredou pela área de Relações Públicas, observando as "técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse".

As reflexões teóricas mais instigantes são da autoria de Francisco Rüdiger, Francisco Martins e Juremir Machado da Silva, Alex Primo e Lucia Santaella.

Rüdiger (2002) começa a pensar os "processos de informatização", explicando como as "novíssimas formas dessas tecnologias" podem servir de pretexto para "elaboração das diversas teorias da tecnocultura contemporânea".

Depois de fazer a "crítica da ciberculura", Rüdiger (2004) elabora um instigante roteiro para compreender e analisar as "teorias da ciberculrura". Intenção semelhante é a de Martins e Silva (2004), que organizaram uma antologia de textos indispensáveis ao entendimento da "genealogia do virtual".

Nessa linha também se perfila Santaella (2004), propondo uma metodologia para "navegar no ciberespaço", embasada nas observações que fez sobre os "traços específicos que caracterizam o leitor que navega através das arquiteturas líquidas do ciberespaço". Santaella (2007) complementa sua proposta com uma reflexão teórica sobre as "linguagens líquidas na era da mobilidade" e uma incursão exploratória pelo universo da "terceira geração de redes sociais virtuais" (SANTAELLA; LEMOS, 2010).

Merece destaque, ainda, a contribuição de Primo (2007), focalizando a "cognição mediada pela interatividade". Sua hipótese de trabalho é a de que nem tudo que o computador reproduz tem potencialidade interativa. Durante a pesquisa ele encontrou evidências consistentes, mas não suficientes para transformar em conhecimento. Daí a postura humilde que assume publicamente o autor, recomendando novas investigações, para não correr o risco de construir teorias destituídas de suporte empírico.

5 AÇÃO, INTERVENÇÃO

O balanço do conhecimento estocado sobre a sociedade digital ainda não permite generalizações capazes de inspirar ações concretas na realidade brasileira.

Todavia, algumas pistas podem ser úteis para esboçar as políticas públicas demandadas pela sociedade. Vamos anotar as contribuições que sinalizam estratégias de intervenção no cenário nacional.

1. Não basta a universalização do acesso às tecnologias digitais, por meio das políticas de "inclusão social" (BARBOSA; CASTRO; TOME, 2005), para construir um sistema de comunicação "democrático e pluralista" (RAMOS; BIANCO, 2008).
2. A interatividade mediada pelo computador pressupõe um "emissor interagente" (PRIMO, 2007) e um "leitor imersivo" (SANTAELLA, 2004).
3. Tanto a formação de um quanto do outro depende de fatores institucionais: ultrapassar o "fosso entre as demandas profissionais e as ofertas acadêmicas" (MARQUES DE MELO; MORAES, 2007), bem como

agilizar mudanças comportamentais, oxigenando a mentalidade dos educadores, nem sempre propensos a valorizar os "processos de educação a distância" (PFROMM NETO, 1998).

4. De natureza estrutural, a barreira mais importante foi enunciada claramente por Siqueira (1987): "a tão sonhada metamorfose nacional" não vai prosperar enquanto "o homem brasileiro não estiver preparado para usá-las, para absorvê-las, para desenvolvê-las e para criá-las incessantemente".

Trata-se, a rigor, de um plano de ação política que precisa retroagir no tempo para enfrentar o problema crucial da sociedade brasileira. Paulo Freire (1967) o rotulou apropriadamente como "mutismo" congênito, gerador da nossa sistêmica "cultura do silêncio".

Mas esse tipo de fenômeno não é exclusivamente brasileiro. Ele corresponde ao que o Nosty define como "deficit midiático" no panorama hispano-europeu, precedendo a "brecha digital" do novo século. Enraizado no "fosso midiático-cultural" que determina o "metabolismo da recepção" vai inibir o fluxo das mensagens, pois, em situações dessa natureza, "a audiência está condicionada pela psicologia, cognição e entorno cultural do indivíduo"(NOSTY, 2005, p. 14).

A verdade é que estamos frente àquele desafio que generalizamos como "exclusão comunicacional", também perceptível em um grande número de países, justamente "aqueles que ainda não lograram construir democracias estáveis, onde todos os cidadãos poderiam usufruir os benefícios da modernidade" (MARQUES DE MELO; TOSTA, 2008, p. 83).

A construção das políticas de comunicação para a sociedade digital, em qualquer país, não pode prescindir da experiência mundial acumulada. Até mesmo porque a "sociedade em rede está se constituindo em torno do planeta" (CASTELS, 2003, p. 225).

Os obstáculos que o Brasil deve ultrapassar, nesta conjuntura, são os mesmos que atemorizam as sociedades periféricas. Pela incerteza que trazem "em termos de emprego, educação, proteção social e estilos de vida", eles provocam uma "sensação de desconforto com os processos atuais de mudança" (CASTELS, 2003, p. 225-226).

REFERÊNCIAS

BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada**. Florianópolis: Insular, 2003.

BARBOSA, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi. **Mídias digitais**. São Paulo: Paulinas, 2005.

BERTA SICHEL. **A sociedade digital**, 1980.

BOCZKOWSKI, Pablo. **Digitilizing the news**. Cambridge: MIT Press, 2004.

BOLAÑO, César. **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2007.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital**. São Paulo, Paulus, 2006.

BUSTAMANTE, Enrique. **Comunicación y cultura en la era digital**. Barcelona: Gedisa, 2002.

CABIN, Philippe. **La communication**. Paris: Édition Sciences Humanes, 1998.

CASCAIS, Fernando. **Dicionário de jornalismo**. Lisboa: Verbo, 2001.

CASTELS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

DIZARD, JR., Wilson. **A nova mídia**. Rio de Janeiro, Zahar, 1994.

ERBOLATO, Mário. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. Campinas: Papirus, 1985.

FADUL, Anamaria. **Novas tecnologias da comunicação**. São Paulo: Summus, 1986.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GRUPO DE MÍDIA. **Mídia dados 2010**. São Paulo, 2010.

INTERCOM. **Boletim Intercom**, n. 48, São Paulo, 1984.

KATZ, Chaim; DÓRIA, Francisco; COSTA LIMA, Luiz. **Dicionário crítico da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

LEMOS, André. **Cibercidade**. Rio de Janeiro: Epapers, 2004.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre, Sulina, 2003.

LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Mil dias**: os bastidores da revolução em um grande jornal. São Paulo: Trajetória Editorial, 1985.

LOPES, Maria Imaculada; MARQUES DE MELO, José. **Políticas regionais de comunicação**. Londrina: UEL, 1997.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela**. São Paulo: Paulus, 2006.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**: Salvador, Calandra, 2003.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARQUES DE MELO, José. Políticas Nacionais de Comunicação. *In*: QUEIROZ, Roberto. **Temas básicos de comunicação**. São Paulo: Paulinas, Intercom, 1983. p. 193-196.

———. **Comunicação na América Latina**. Campinas: Papirus, 1989.

_____. Políticas de Comunicação no Brasil: transição sem mudança. *In*: **Teoria da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 354-372.

MARQUES DE MELO, José; MORAIS, Osvando. **Mercado e comunicação na sociedade digital**. São Paulo: Intercom, 2008.

MARQUES DE MELO, José; TOSTA, Sandra. **Mídia & educação**. Belo Horizonte, Autêntica, 2008.

MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado. **A genealogia do virtual**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MELLO, José Guimarães. **Dicionário multimídia**. São Paulo: Arte&Ciência, 2003.

MORAES, Denis de. **O concreto e o virtual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

NOSTY, Bernardo. **El déficit mediático**. Barcelona: Bosch, 2005.

PINHO, J. B. **Publicidade e vendas na internet**. São Paulo: Summus, 2000.

———. **Jornalismo na internet**. São Paulo: Summus, 2003a.

———. **Relações públicas na internet**. São Paulo: Summus, 2003b.

PFROMM NETO, Samuel. **Telas que ensinam**. Campinas: Alínea, 1998.

PIZZOTTI, Ricardo. **Enciclopédia básica da mídia eletrônica**. São Paulo: SENAC, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

QUEIROZ E SILVA, Roberto (Coord.). **Temas básicos em comunicação**. São Paulo: Paulus, 1983.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978. [2. ed., Rio de Janeiro: Campus, 2001].

RAMOS, Murilo César; BIANCO, Nelia. **Estado e comunicação**. Brasília: Casa das Musas, Intercom, UnB, 2008. p. 21.

RIBEIRO, José Hamilton. **Jornalistas, 1937-1997**. São Paulo: Imprensa Oficial, 1998.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Dicionário breve da informação e da comunicação**. Lisboa: Presença, 2000.

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura**. São Paulo, Hackers, 2002.

———. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo, Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Lucia. **Redes sociais digitais**. São Paulo: Paulus, 2010.

SCHMIDT, Cristina. 2007. A reprodutibilidade digital na folkcomunicação. **Comunicação & Sociedade**, n. 47, p. 29-42, São Bernardo do Campo: Metodista,.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **A sociedade inteligente**. São Paulo, Bandeirantes1987

SQUIRRA, Sebastião. **Jornalismo online**. São Paulo: Arte & Ciência, 1998.

SZYMANIAK, Woodzimiertz (Org). **Dicionário de ciências da comunicação**. Porto: Porto Editor, 2000.

TRIVINHO, Eugenio. **A democracia cibercultural**. São Paulo; Paulus2006

VIANNA, Ruth Penha Alves. **Informatização da imprensa brasileira**. São Paulo: Loyola, 1992.

CAPÍTULO 15

INDICADORES MIDIÁTICOS EM MUDANÇA NA ALVORADA DO SÉCULO XXI

1 SUPERANDO IMPASSES

As transformações políticas e econômicas vivenciadas pela sociedade brasileira, na primeira década do século XXI, demonstram que o nosso país começa a superar a "tradição do impasse". Trata-se de estigma revelado pelo escritor José Veríssimo e percebido com argúcia pelo seu biógrafo intelectual, João Alexandre Barbosa. Não obstante circunscreva-se ao universo literário, a exegese feita por Barbosa permite generalizar, para o tecido que reveste o nosso cotidiano, aquela marca do "atraso cultural" que vinha limitando a ação da "inteligência brasileira" (BARBOSA, 1974, p. 17).

Nesse novo ciclo de pensamento nacional, instaurado pela era FHC-Lula, a elite política e a vanguarda econômica passam a diligenciar mudanças significativas na gestão do espaço público e na regulação do sistema produtivo. A superação estratégica da dependência estrutural do Brasil ao capitalismo predatório contribuiu para reordenar a pirâmide social, abrindo oportunidades de ascensão social e reduzindo os bolsões de pobreza (POCHMAN, 2008). Com a ampliação do mercado interno, dinamizado pela inclusão social, a expansão das redes midiáticas alcançou ritmo surpreendente. Pouco a pouco, a superação dos impasses tradicionais alenta o conjunto da nossa população, estimulando o alcance de novos patamares civilizatórios (CARDOSO, 2010).

Tomando consciência de seus problemas fundamentais, a nação vislumbra caminhos para solucioná-los. Graças ao empenho das vanguardas que controlam o aparato do Estado, gradativamente vai se redistribuindo melhor a riqueza nacional. A superação da linha da pobreza por contingente expressivo da população periférica tem ampliado o consumo, puxando "a economia para cima, em ritmo tão rápido".

O produto interno bruto (PIB) brasileiro avançou significativamente, o que se traduz pelo crescimento da renda *per capita* em torno de 10%, ocasionando alterações na distribuição da renda nacional. A composição de nossa pirâmide social, em 2000, tinha em seu topo apenas 8% da população, lastreada por 26% de afluentes, sendo sustentada por uma base de 63%, incluindo uma inexpressiva fatia de 3% recém-saída da miséria absoluta. Em 2009, o topo permaneceu estável, acolhendo apenas 8%, mas o lastro se ampliou para abranger 32% de afluentes, enquanto a base incluía 59% de remediados e 1% de ex-miseráveis (GRUPO DE MÍDIA, 2010, p. 63).

Como consequência dessa mudança na esfera do consumo, os investimentos publicitários cresceram 127% nessa década, influindo no perfil da nossa indústria midiática.

2 REVERTENDO TENDÊNCIA

O principal indicador do desenvolvimento da indústria midiática é sem dúvida o fluxo dos investimentos em publicidade. Quanto maior a capacidade dos anunciantes para comprar espaço em jornais, rádio, televisão ou internet, mais recursos terão os empresários do ramo para manter seus veículos, gerando empregos para jornalistas e outros profissionais e naturalmente melhorando os produtos que difundem (MARQUES DE MELO, 2007).

Nesse âmbito, a América Latina demonstrou tendência regressiva, até recentemente, sendo o continente que menos investia em publicidade. Segundo os analistas do anuário *ZenithOptimedia* (GRUPO DE MÍDIA, 2006), a liderança pertencia à América do Norte (44,2%), seguida da Europa (27,4%) e da Ásia (20,6%). Na retaguarda encontravam-se a África e o Oriente Médio (4%) e a América Latina (3,8%).

Mas o "tombo global" provocado pela crise financeira dos últimos anos garfou 10% do "bolo publicitário", acarretando a redução dos investimentos no setor em todo o mundo. Só a América Latina escapou desse emagrecimento. Em 2009, houve encolhimento de 21% na Europa central e do leste, 14% na Europa mediterrânea e 12% nos Estados Unidos. Enquanto isso, a América Latina cresceu 15%, tendência que os analistas explicam pela "expansão da economia na maioria dos países do continente e da valorização das moedas locais diante do dólar" (GRUPO DE MÍDIA, 2010, p. 51).

Os sinais de vitalidade situam-se no Brasil e no México, que fizeram em 2009 investimentos publicitários da ordem de US$ 11,7 e US$ 5,2 milhões, respectivamente. Figuram, a seguir, Colômbia (US$ 3,9 milhões/ano), Argentina (US$ 2,4 milhões/ano), Venezuela (US$ 1,2 milhão/ano) e Chile (US$ 1 milhão/ano). Em patamar terciário estão Equador, Peru, Costa Rica e Uruguai, onde os anunciantes aplicaram quantias variáveis entre US$ 959 e US$ 160 milhões (GRUPO DE MÍDIA, 2010).

Os grandes anunciantes no Brasil são as corporações multinacionais que atuam no mercado varejista, na indústria automobilística ou nos serviços telefônicos, bem como as poderosas empresas estatais. A *top list* dos investidores publicitários é composta por 15 empresas que aplicaram em 2009 verba estimada em US$ 13,2 bilhões. Esse investimento em 2000 fora da ordem de US$ 2,1 bilhões. Comparando as cifras, verificamos que houve, nessa década, um crescimento em torno de 500% (GRUPO DE MÍDIA, 2010, p. 67).

A distribuição do bolo publicitário é feita de modo paradoxal segundo os diferentes meios existentes no território brasileiro. Enquanto a indústria audiovisual (televisão, rádio) engole dois terços dos recursos, a mídia impressa (jornal, revista) absorve um quinto, restando quantia inexpressiva para os veículos emergentes (internet, *outdoor*) e migalhas para os bolsões marginais (folkmídia).

3 TELEVISÃO

Alcançando a totalidade dos 5.565 municípios e atingindo 94,7% dos domicílios, a televisão constitui o principal elo entre os cidadãos e o mundo. Seu impacto sobre a sociedade nacional é incomensurável. Dela se apoderam os vendedores de bens e serviços, bem como os mercadores da fé e da política. É compreensível, assim, que tenha abocanhado em 2009 a maior parcela da verba publicitária (60,9%).

Constituído por nove redes nacionais, o sistema de TV aberta inclui 402 emissoras, sendo 385 privadas e 17 estatais, sintonizadas por 55 milhões de domicílios. A Rede Globo catalisa 45% dos telespectadores, figurando como campeã de audiência há vários anos. A outra metade da audiência é disputada pelas oito redes concorrentes: Record (17%), SBT (13%), Bandeirantes (5%), Rede TV (2%) e outras (18%).

A programação dessas emissoras é majoritariamente nacional, predominando os conteúdos de entretenimento (ficção, esportes e humorismo), secundados pela informação (telejornalismo).

Se tomarmos como indicador a programação diária da hegemônica Rede Globo no horário nobre (18h-24h), veremos que o bloco principal é ocupado pelas telenovelas (49%), filmes e séries (12%), *shows* musicais e humorísticos (6%), telejornais (21%) e esportes (8%).

Caracterizando-se inicialmente – anos 1950-1960 – como importadora de programas estrangeiros, sobretudo norte-americanos, a indústria brasileira de televisão foi pouco a pouco reduzindo sua dependência externa. Nas duas últimas décadas do século XX passou à condição de exportadora. Empresa líder do setor, a Rede Globo exporta regularmente telenovelas, musicais e programas esportivos para mais de uma centena de países. Outras empresas ingressaram no mercado audiovisual, inclusive a Rede Record, cujas telenovelas começam a fazer sucesso nos vizinhos países latino-americanos e lusófonos.

4 RÁDIO

Apesar de atingir 91,4% das residências e de ser a fonte preferencial de diversão, informação e educação das classes trabalhadoras, o rádio captou em 2009 apenas 4,4% dos investimentos publicitários.

Integrado por 4.003 emissoras, sendo 1.708 AM e 2.295 FM, o segmento radiofônico cresceu sob o signo da regionalização, mas ultimamente vem sendo nacionalizado por meio de redes conectadas via satélite, cujas emissoras líderes estão localizadas nas duas metrópoles nacionais (São Paulo e Rio de Janeiro).

Em contrapartida, tem crescido vertiginosamente o universo das rádios comunitárias. São emissoras de pequeno alcance, cuja maioria ainda funciona clandestinamente, sob o comando dos movimentos sociais. Não existindo estatísticas confiáveis, calcula-se que correspondam ao triplo das emissoras autorizadas pelo governo.

A radiodifusão é o setor em que a presença do Estado adquire maior visibilidade. Ou por intermédio da cadeia Radiobrás, operada diretamente de Brasília, sede do governo federal. Ou por meio do programa "Voz do Brasil", difundido diariamente em rede nacional, por todas as emissoras AM e FM, durante uma hora, para divulgar ações dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

O mercado é otimista em relação ao desempenho do rádio no panorama midiático nacional. A previsão feita pelo anuário *Mídia Dados 2010* (p. 344) sinaliza que, firmando-se como um "excelente canal de informação, entretenimento e prestação de serviços", o rádio ingressa em um "círculo virtuoso que resulta em crescimento expressivo".

5 JORNAL

Circunscrito aos segmentos privilegiados da sociedade, o jornal atua como formador de opinião pública. Seus usuários fazem parte da elite que integra os núcleos de poder, no âmbito do governo e da sociedade civil ou na própria indústria midiática.

O número de jornais totaliza 3.466, sendo diários apenas 682, mesmo assim concentrados nas regiões mais desenvolvidas. No Sudeste e Sul circulam 85,3% dos títulos.

A rigor, o Brasil não possui jornal diário de circulação nacional. Há jornais de "prestígio nacional" que dão ampla cobertura aos temas de interesse publico, porém o maior contingente do público leitor localiza-se na região em que o periódico se edita.

Suas tiragens são pequenas se compararmos aos veículos congêneres em outros países. Estima-se uma tiragem diária de 8 milhões de exemplares englobando todos os jornais. Admitindo que cada exemplar é lido, em média, por três pessoas, teríamos um público leitor da ordem de 24 milhões de pessoas. Para uma população de 193 milhões de habitantes, constata-se que a grande maioria continua excluída desse benefício.

Os jornais de maior tiragem são exatamente os que detêm "prestígio nacional": *Folha de S.Paulo* (295 mil), *O Globo* (238 mil) e *O Estado de S.Paulo* (212 mil).

Mas sua liderança começa a ser ameaçada pelos "jornais populares". Por isso as grandes empresas estão lançando novos títulos, com o propósito de corresponder às demandas dos trabalhadores urbanos. É o caso do *Super Notícia* (Belo Horizonte) e *Extra* (Rio de Janeiro) que já vendem, respectivamente, 289 e 248 mil exemplares, cada dia, recorrendo ao estilo coloquial e pautando temas do cotidiano periférico.

6 INTERNET

A internet experimenta ascensão vertiginosa na atualidade. Em pouco mais de dez anos de difusão regular, essa nova mídia vem conquistando maior audiência. Estimada em 42 milhões de usuários, dispõe de um conteúdo abrangente e variado. É possível que tal contingente se amplie nos próximos anos.

Os usuários atuais pertencem aos extratos superiores da nossa pirâmide social, compreendendo 49% na classe abastada, 40% na classe média e 11% na classe trabalhadora. Quase metade (48%) inclui-se no segmento jovem, oscilando entre 10 e 24 anos. Em relação ao gênero, o segmento masculino (51%) é ligeiramente maior que o feminino (49%).

O que buscam os internautas brasileiros? A grande maioria acessa a internet para fins utilitários, embora seja expressivo o universo dos que buscam entretenimento.

7 VISÃO COMPARATIVA

No contexto latino-americano, o Brasil assume papel privilegiado no panorama midiático. Trata-se do país que mais investe no setor, detendo a maior fatia do "bolo publicitário" (42%), compartilhado com o México (19%) e a Colômbia (12%) que perfilam na linha de frente. Na retaguarda, posicionam-se: Argentina (7,1%), Porto Rico (6,5%), Chile (3,3%), Venezuela (3%), Peru (1,4%), Panamá (0,9%), Costa Rica (0,6%) e Uruguai (0,2%).

As perspectivas continentais são alvissareiras, pois as economias nacionais estão em processo de crescimento. Só no setor da publicidade houve incremento da ordem de 15% nas inversões monetárias. A expectativa é que essa onda permaneça vigente, sustentada pela valorização das moedas locais.

Não é sem razão que os analistas do mercado midiático no Brasil batizaram como "década de ouro" os primeiros anos do século XXI. As tendências estabilizadoras da economia robustecem o otimismo em relação ao nosso futuro.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, João Alexandre. **A tradição do impasse**. São Paulo: Ática, 1974.

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: EDUC, 1998.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Xadrez internacional e social-democracia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.

GRUPO DE MÍDIA. **Mídia dados 2006**. São Paulo, 2006. Disponível em: <www.gm.org.br>.

———. **Mídia dados 2010**. São Paulo, 2010. Disponível em: <www.gm.org.br>.

MARQUES DE MELO, José. Mercado e comunicação no Brasil. *In*: MARQUES DE MELO, José; MORAIS, Osvando. **Mercado e comunicação na sociedade digital**. São Paulo: Intercom, 2007. p. 27-37.

POCHMANN, Marcio (Org). **Inserção internacional e macroeconomia brasileira**. Brasília: Ipea, 2008.

PERFIL DO AUTOR

Jornalista, escritor e professor, José Marques de Melo é alagoano, natural de Palmeira dos Índios (1943), mas criado em Santana do Ipanema, cidade que se converteu em seu foco de cobertura jornalística, quando estreou na imprensa (1959) como correspondente da página dos municípios da *Gazeta de Alagoas* e a seguir do *Jornal de Alagoas*.

Iniciou a carreira acadêmica em Recife, formando-se em Jornalismo (1964) e Direito (1965), obtendo o diploma de pós-graduação (1966), em Quito (Equador), no centro internacional de especialização para jornalistas mantido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). No ano seguinte, matriculou-se no doutorado em Jornalismo da Universidade de São Paulo (USP), onde defendeu tese em 1973. Na condição de primeiro doutor em Jornalismo diplomado no Brasil, foi agraciado com bolsas de estudo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) para realizar programa de estudos de pós-doutorado na Universidade de Wisconsin (Estados Unidos), ali permanecendo no período letivo 1973-1974. Conquistou ainda os títulos de livre docente (1983) e professor catedrático (1987) na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP.

Publicou seu primeiro livro em 1970, por meio da Editora Vozes (Petrópolis), merecendo boa acolhida nas universidades de todo o país. Essa obra se converteu em *best seller* acadêmico, alcançando seis edições sucessivas, que contabilizaram cerca de 20 mil exemplares vendidos, durante um quinquênio. Isto o estimulou a escrever outros livros, atualmente somando mais de 30 títulos de sua autoria exclusiva e cerca de 70 títulos compartilhados com outros autores.

Entre seus livros mais recentes, destacam-se *Entre el saber y el poder* (Sevilha, Espanha), *Comunicación Multicultural*, *Caminhos Cruzados da Comunicação*, *Televisão Brasileira*, *Jornalismo: compreensão e reinvenção* (São Paulo). *Vestígios da Travessia* e *Sertão Glocal* foram lançados em Maceió, com o selo da Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).

Cofundador da Escola de Comunicações e Artes da USP, dirigiu essa instituição de 1989 a 1993, participando logo a seguir da equipe fundadora do Laboratório de Estudos de Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) de 1994 a 1996, sendo convidado para implantar e dirigir a Cátedra Unesco de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, onde permanece até hoje.

No âmbito da comunidade acadêmica, preside atualmente o conselho curador da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e as diretorias executivas da Federação Brasileira das Associações Científicas de Comunicação (Socicom) e da Confederação Ibero-Americana de Sociedades Científicas e Associações Acadêmicas de Comunicação (Confibercom).

Em reconhecimento aos relevantes serviços prestados ao campo da comunicação foi agraciado, ao completar 50 anos de atividades intelectuais, com os seguintes prêmios: Prêmio Internacional de Comunicação para a Paz (2009), Prêmio Ibero-Americano de Teoria da Comunicação (2010) e Prêmio Nacional de Personalidade do Ano da Comunicação (2011).

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

ABI	Associação Brasileira de Imprensa
AE-IC	Asociación Española de Investigación de la Comunicación
Agacom	Asociación Galega de Comunicación
Aieri	Association Internationale des Études et Recherches sur l`Information
ALAIC	Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
Alcar	Rede Alfredo de Carvalho de História da Mídia
AM	Amplitude Modulada
ATE	Editora Espanhola
A&C	Arte & Ciência Editora
CEB	Casa do Estudante do Brasil
CECMASS	Centre des Études du Communication de Masse
Celacom	Colóquio Internacional da Escola Latino-Americana de Comunicação
Cepal	Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
CEREN	Centro de Estudios de la Realidad Nacional
CFE	Conselho Federal de Educação
Ciespal	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
CNRS	Centre Nationale des Recherches Scientifiques
Confecom	Conferência Nacional de Comunicação
CPLP	Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
Deca	Departamento Estadual de Cultura
Difel	Difusão Europeia do Livro
ECA	Escola de Comunicações e Artes
EDUNESP	Editora da Universidade Estadual Paulista
Edufal	Editora da Universidade Federal de Alagoas

EDUFBA	Editora da Universidade Federal da Bahia
EDUFC	Editora da Universidade Federal do Ceará
EDUSP	Editora da Universidade de São Paulo
Elacom	Escola Latino-Americana de Comunicação
EPC	Economia Política da Comunicação
EPTIC	Economia Política das Telecomunicações, Informação e Comunicação
EUA	Estados Unidos da América
FAO	Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FGV	Fundação Getulio Vargas
FHC	Fernando Henrique Cardoso
FM	Frequência modulada
GP	Grupo de Pesquisa
GT	Grupo de Trabalho
HUCITEC	Editora de Ciência, Técnica e Culutura
IAMCR	International Association for Media and Comunication Research
Ibercom	Associação Ibero-Americana de Comunicação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICINFORM	Instituto de Ciências da Informação
Icira	Instituto de Investigaciones para la Reforma Agrária
IEB	Instituto de Estudos Brasileiros
IG	International General
IHGB	Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro
IMESP	Imprensa Oficial do Estado de São Paulo
IMMRC	International Mass Medis Research Center
INDAP	Instituto para el Desarrollo Agrario Planificado l
Intercom	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Ipea	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

LABJOR	Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo
LUSOCOM	Federação Lusófona de Ciências da Comunicação
L&PM	Editora Gaúcha
MCA	Manuel Correia de Andrade
MCM	Meios de Comunicação de Massa
MEC	Ministério da Educação
NOMIC	Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação
Nordicom	Nordic Centre for Communication Research
ONU	Organização das Nações Unidas
PALOP	Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PB	Paraíba
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PNC	Políticas Nacionais de Comunicação
Regiocom	Colóquios Internacionais de Comunicação Regional
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
Sela	Sistema Econômico Latino-Americano
SESC	Serviço Social do Comércio
SFSIC	Societé Française des Sciencies de l`Information et de la Communication
Socicom	Federação Brasileira das Associações Científicas de Comunicação
SOPCOM	Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação
Sudene	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TAQ	Tomas Aquino Queiroz
UAB	Universidade Autônoma de Barcelona
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

UFS	Universidade Federal de Sergipe
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFSCAR	Universidade Federal de São Carlos
UFV	Universidade Federal de Viçosa
ULEPICC	União Latina de Economia Política da Informação Comunicação e Cultura
UMESP	Universidade Metodista de São Paulo
UnB	Universidade de Brasília
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNESP	Universidade Estadual Paulista
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
Unimar	Universidade de Marília
Unisinos	Universidade do Vale dos Sinos
Unitau	Universidade Municipal de Taubaté
URSS	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
USP	Universidade de São Paulo
UT	University of Texas

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Editorial

Coordenação
Cláudio Passos de Oliveira

Njobs Comunicação

Supervisão
Cida Taboza
Fábio Oki
Inara Vieira
Thayse Lamera

Revisão
Ângela de Oliveira
Cristiana de Sousa da Silva
Lizandra Deusdará Felipe
Regina Marta de Aguiar

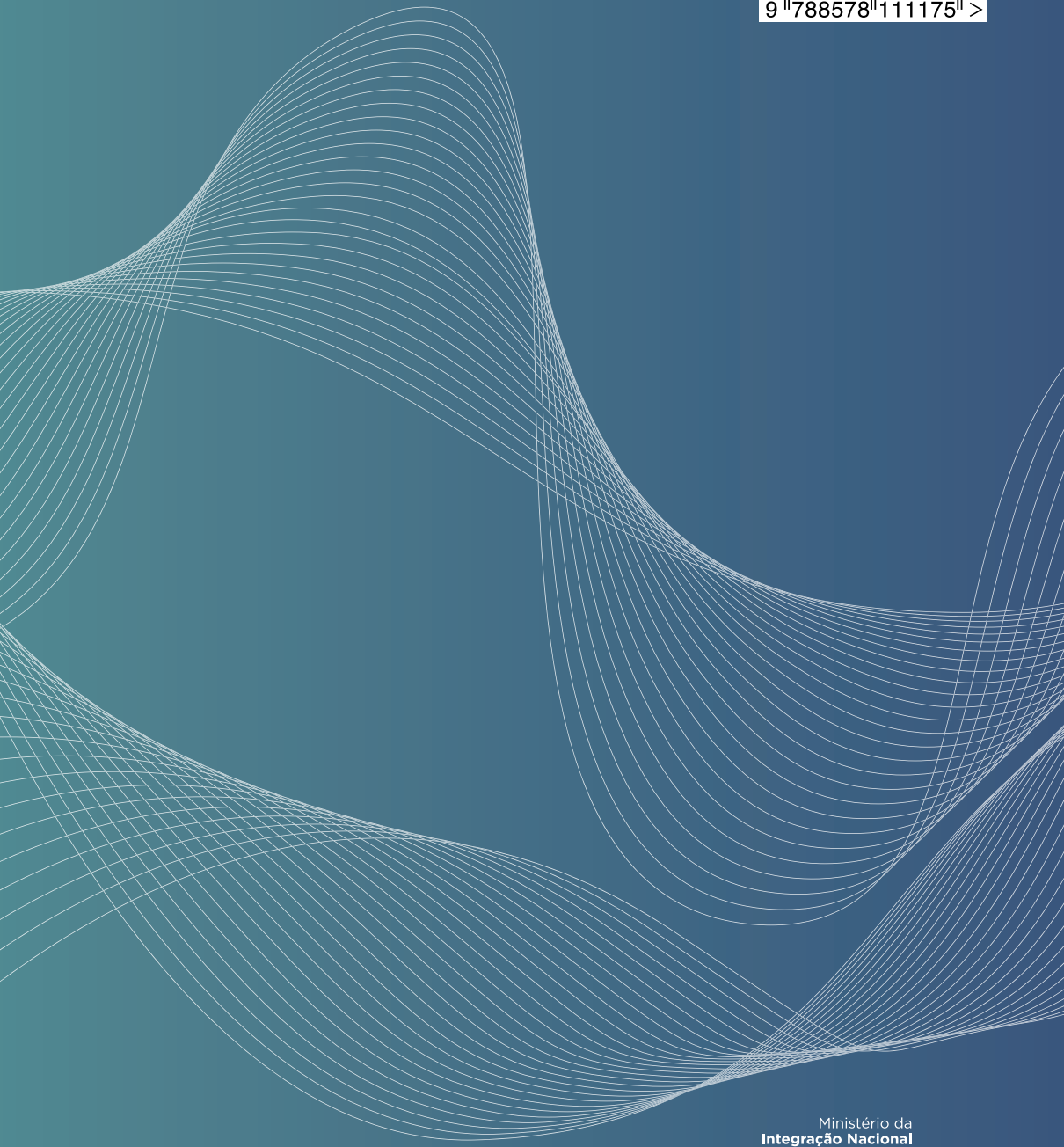
Editoração
Anderson Reis
Danilo Leite
Larita Arêa

Capa
Inara Vieira

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.

ISBN 978-85-7811-117-5



Ministério da
Integração Nacional

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

SAE SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA