



ANUÁRIO BRASILEIRO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – 2012

ISSN 2283-3964



ANUÁRIO BRASILEIRO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

São Paulo, ano 1, n° 1, 2012

Conselho Editorial: Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, Ana Silvia Lopes Davi Médola, Anita Simis, César Bolaño, José Marques de Melo (presidente) e Margarida M. Krohling Kunsch

Editor: Francisco de Assis

Capa: Perolah Caratta

Editoração e revisão: Francisco de Assis

Impressão e acabamento: Imprensa da Fé

Tiragem: 1.000 exemplares

SOCICOM

Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação

Presidente: José Marques de Melo

Vice-Presidente: Ana Silvia Lopes Davi Médola

Diretora Administrativa: Anita Simis

Diretora de Relações Internacionais: Margarida M. Krohling Kunsch

Diretor de Relações Nacionais: Elias Machado Gonçalves

Presidente do Conselho Deliberativo: Ana Claudia Mei Alves de Oliveira

Conselho Fiscal: Claudia Lago, Marialva Barbosa e Dácia Ibiapina

Endereço: Avenida Brigadeiro Luís Antonio, 2050, conjunto 36/38, Bela Vista, São Paulo (SP), CEP 01318-002

Website: <http://www.socicom.org.br>

E-mail: contato@socicom.org.br

DADOS PARA CATALOGAÇÃO

Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação / Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação.
Francisco de Assis (editor). São Paulo. ano 1, n. 1 (2012) - São Paulo: Socicom, 2012.

Anual

ISSN 2283-3964

Tiragem 1.000 exemplares

1. Ciências da comunicação. 2. Comunicação científica. 3. Comunicação acadêmica. I. Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação.

CDD – 001.4

ISSN 2283-3964

**ANUÁRIO BRASILEIRO DAS
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
2012**





Sumário

PREFÁCIO.....	7
Fazer relacional e ideário de compartilhamento <i>Ana Claudia Mei Alves de Oliveira</i>	
PRÓLOGO.....	9
Ideias fundadoras <i>José Marques de Melo</i>	
PARTE 1 – SOCIEDADES CIENTÍFICAS	
Abes.....	19
ABJC.....	21
Alcar.....	23
ABCiber.....	25
Abrapcorp.....	28
SBPJor.....	31
ABP2.....	35
Compós.....	38
Ulepicc-BR.....	44
Forcine.....	47
FNPJ.....	51
Rede Folkcom.....	55
Socine.....	58
Intercom.....	61
Politicom.....	68
PARTE 2 – PERIÓDICOS ACADÊMICOS	
Bibliocom.....	73
BJR.....	74
E-Compós.....	75

Iniacom.....	76
Inovcom.....	77
Intercom.....	78
Organicom.....	79
RBHM.....	80
Rebeca.....	81
Rebej.....	82
Revista Internacional de Folkcomunicação.....	83

PARTE 3 – CALENDÁRIO DE EVENTOS

Calendário 2012.....	87
Calendário 2013.....	93

PARTE 4 – MEMÓRIA INSTITUCIONAL

Histórico da Socicom.....	99
<i>Ana Silvia Lopes Davi Médola</i>	
Parcerias institucionais.....	105
<i>Anita Simis</i>	
Protagonismo internacional.....	111
<i>Margarida M. Krohling Kunsch</i>	
Metas e perspectivas.....	115
<i>Francisco de Assis</i>	
Publicações da Socicom.....	121
POSFÁCIO.....	123
A Socicom no panorama nacional e internacional da Comunicação	
<i>César Bolaño</i>	

Fazer relacional e ideário de compartilhamento

Ana Claudia Mei Alves de Oliveira
PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DA SOCICOM
(BIÊNIO 2010-2012)

Desde que a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, denominada Socicom, foi fundada, no dia 2 de setembro de 2008, algo de muito relevo está germinando na área de Comunicação no Brasil e até mesmo além deste nosso vasto país. O fato de as associações de pesquisadores atuantes no cenário brasileiro passarem a conviver com maior intensidade umas com as outras ultrapassa uma atuação facilitadora do conhecimento das ações do outro para ser instauradora de uma interlocução que promove uma maior abertura e que facilita boas condições para edificar um diálogo franco entre os pares.

Os quatorze grupos de associados, independente de terem um número maior ou menor de participantes, passaram a realizar ações conjuntas que os colocam lado a lado na realização de reuniões, seminários e congressos científicos que visam à integração da comunidade acadêmica. Esse modo de estar junto têm sido, portanto, instaurador de diálogos e de ações de solidariedade que começam a interligar a comunidade acadêmica do Brasil em uma união que, após favorecer o conhecimento do outro, põe o campo em movimentação, em uma ação conjunta com o propósito de animar um amplo diálogo com a comunidade acadêmica internacional, com destaque para a latino-americana e para a ibérica.

Para isso, a Socicom tem promovido, em suas reuniões com os associados, independentemente das especificidades que estudam, um confluir de interesses comuns a todos da área da Comunicação. Após quatro anos, esse modo de estar deixa a impressão de que os pesquisadores das mais distintas abordagens

começam a erguer os olhos de seus campos particulares para olhar uns para os outros, independentemente de pesquisarem na graduação ou na pós-graduação, assim como dos recortes de seus objetos, que dão conta do campo a partir do ciberespaço, da publicidade, do jornalismo, da divulgação científica, da folkcomunicação, da comunicação das organizações, da comunicação política, das teorias da comunicação e das semióticas, do audiovisual, do ensino, dentre outras subdivisões que marcam os escopos das associações de nossa área.

Se este ato de pôr-se em relação foi o primeiro passo alcançado pela aliança das associações, o segundo e mais ambicioso está em desenvolvimento e tem o propósito de sedimentar a formação de uma rede de interligação dos vários agrupamentos, a fim de estabelecer as bases tanto da troca de informações entre as várias associações de pesquisadores quanto da montagem de um plano de atuação conjunta nacional e internacionalmente.

O I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (I Confibercom), realizado em agosto de 2011, em São Paulo (SP), deu provas dessa possibilidade concreta de estarmos em estreita colaboração e atuando como um só parceiro fortalecido na área da Comunicação planetária. Mais do que a subdivisão das línguas, é mesmo o que se pensa como ação representativa dos povos e das nações, enfim, da cultura ibero-americana, e mesmo, mais ambiciosamente, da cultura latina no mundo que se está enfrentando nessa tratadística.

Este volume torna disponíveis os informes das associações, o que é um facilitador da acessibilidade e um mediador dos intercâmbios que tendem a aumentar e ter uma atuação reverberativa do fazer integrado. Dado esse passo para estar em sintonia, resta o dia a dia da pesquisa conjunta com a rede de ações das associações científicas que vamos projetar e realizar, vivenciando a promoção do nosso campo de saber que ainda precisa ser consolidado como grande área de conhecimento. A nossa força de pares está na Socicom e na sua reunião das associações para um fazer ser coletivo da Comunicação como campo de saber.

Ideias fundadoras

José Marques de Melo

PRESIDENTE DA SOCICOM

GÊNESE

A comunidade brasileira, no âmbito das Ciências da Comunicação, avançou significativamente desde que Luiz Beltrão, o fundador do nosso campo, criou há, meio século, o primeiro instituto de pesquisa acadêmica sobre os fenômenos da informação coletiva. Todavia, a ausência de interlocução com o Estado ensejou o desenvolvimento de estudos nem sempre afinados com as demandas da sociedade.

Padecendo do “complexo do colonizado”, a nossa vanguarda acadêmica, comportou-se mimeticamente, reproduzindo, de forma acrítica, modelos teóricos forâneos, carentes de sintonia com o *ethos* brasileiro. Por isso mesmo, entre as metas constituintes de uma federação representativa do campo comunicacional estava implícita a de superar a dependência paradigmática que nos atrela historicamente ao pensamento metropolitano.

Idealizada como instância abrangente da nossa comunidade acadêmica, a entidade procurou estimular a pesquisa, sem se esquecer de emular também os pesquisadores.

Articulada politicamente em Santos (SP), em setembro de 2007, pelas lideranças da área, mas legalmente constituída em Natal (RN), no dia 2 de setembro de 2008, as metas principais da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) são voltadas a fortalecer a Comunicação como campo do saber, desenvolvendo ações destinadas à sua consolidação como grande área de conhecimento.

Sua vocação estatutária é claramente representativa e necessariamente agregadora. Desempenhando papel estratégico no

diálogo com os gestores de C&T, mantém fluxos contínuos e transparentes na interlocução com o Estado. Para tanto, vem construindo alternativas para identificar as demandas de interesse comum, nelas concentrando atenção, no intuito de convencer financiadores e planejadores a dar-lhes prioridade orçamentária.

Anualmente, a Socicom realiza, em março, um seminário de integração institucional, com a finalidade de definir ações imediatas, promovendo, em setembro, um fórum temático, agendando o diálogo da comunidade acadêmica com a sociedade civil e discutindo estratégias para o intercâmbio internacional.

CONTEXTO

Para situar o Brasil nesse panorama, convém retroagir no tempo, explicando a singularidade do momento histórico em que o campo comunicacional adquire legitimidade na academia.

O processo de descolonização, na conjuntura posterior à II Guerra Mundial, constitui o fator responsável pela conquista da legitimidade internacional das Ciências Sociais. A valorização da democracia política como sustentáculo do desenvolvimento econômico conferiu papel crucial aos meios de comunicação de massa. Por isso mesmo, a Organização das Nações Unidas para a Ciência, a Educação e a Cultura (Unesco) induziu a criação de uma comunidade mundial dos cientistas da Comunicação, da mesma maneira que procedera nas disciplinas de Economia, Sociologia, Política e Antropologia.

Embora desencadeado em 1949, o processo de constituição desse espaço acadêmico somente ganhou força a partir de 1957, quando foi criada, em Paris, a International Association for Mass Communication Research (IAMCR). Sob hegemonia franco-americana, a nova associação foi respaldada por um conjunto de países do bloco capitalista – especialmente a Inglaterra e a Itália –, mas também do bloco comunista – a URSS à frente, acolitada pela Polônia e pela Hungria –, sendo legitimada por alguns países do terceiro mundo – entre eles, o Brasil. A entidade cresceu sob a tensão da “guerra fria”, procurando manter

um equilíbrio negociado entre as forças que disputavam a primazia ideológica para conquistar a hegemonia epistemológica.

Todavia, depois da “queda do muro de Berlim”, as relações de poder nessa comunidade vêm se inclinando significativamente para uma espécie de unipolaridade, que deixou de ser geopolítica, como no passado, para se tornar geocultural. Em decorrência, as matrizes que configuram o pensamento anglo-americano tornaram-se dominantes no mundo globalizado, enfraquecendo a multipolaridade ensejada pelas agências intergovernamentais e avalizadas pelas redes midiáticas.

CONJUNTURA

Hoje, a comunidade acadêmica brasileira começa a dar passos decisivos para superar a fragmentação que a vem debilitando politicamente. No país, existem quase duas dezenas de sociedades científicas que agrupam pesquisadores e professores nas áreas de Comunicação.

Mas, na luta silenciosa pelas fatias do orçamento estatal destinado à ciência e à tecnologia, cada entidade defende seus próprios interesses. E se contenta com a alocação de migalhas, deixando de perceber que a divisão do nosso campo só favorece os polos hegemônicos. Bem estruturados e muito bem articulados, eles contam com vanguardas atuantes, capazes de apresentar projetos holísticos, utilizando argumentos apropriados para influir na decisão dos gestores públicos situados nas agências de fomento.

Embora a pesquisa em comunicação cresça, ano a ano, nas universidades brasileiras, as cotas de bolsas para iniciação científica, mestrado e doutorado permanecem reduzidas, quase não abrindo oportunidades para a nova geração de pesquisadores. Da mesma forma, as verbas reservadas à pesquisa de campo ou de laboratório são recortadas ou contingenciadas, por falta de projetos temáticos relevantes ou compartilhados.

Assim sendo, o Brasil possui uma grande comunidade acadêmica no âmbito das Ciências da Comunicação, mas se comporta

como satélite do pensamento anglófono ou francófono, muitas vezes reciclado nos entrepostos latinos que ainda nos causam fascinação.

É bem verdade que não constituímos um corpo cognitivo homogêneo. Por isso, cabe às nossas lideranças estabelecer pontes que comuniquem o saber acumulado em cada disciplina – Jornalismo, Cinema, Publicidade, Relações Públicas, Semiótica, Cibercultura, Midiologia, Comunicologia, etc. –, sem deixar de se nutrir nos conteúdos gerados pelas humanidades, para engendrar ações consentâneas com as tecnologias de ponta.

Portanto, muito temos a fazer, ultrapassado o paroquialismo tático e superado o reboquismo estratégico, construindo a unidade necessária para legitimar a comunicação como grande área do conhecimento.

ALIANÇAS

Nesse sentido, precisamos superar o complexo de inferioridade que nos atrela à legião dos deslumbrados com os modismos do “primeiro mundo”.

A iniciativa mais ousada da Socicom para atingir essa meta foi alavancada, em abril de 2009, na Ilha da Madeira, Portugal, por meio de um pacto endossado pelas lideranças nacionais da Espanha, de Portugal, do Brasil, do México, da Argentina, da Bolívia, da Venezuela e de outros países hispano-americanos nos quais as Ciências da Comunicação conquistaram legitimidade nacional.

Preservando e robustecendo nossa identidade cultural, cogita-se potencializar a presença ibero-americana na comunidade internacional da área, respaldada pelo fortalecimento de uma rede megarregional, destinada a cimentar os avanços investigativos em nosso espaço geopolítico. Dessa maneira, poderemos neutralizar a tendência vigente que mantém nossos países na órbita dos importadores de *know how*, quando muitas vezes dispomos de *saber aplicado*, mais adequado a nossas próprias realidades.

Esse processo adquiriu consistência por meio do convênio celebrado pela Socicom com o Instituto de Pesquisa Econô-

mica Aplicada (Ipea), órgão vinculado ao Ministério de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

Braço cognitivo do governo federal, no sentido de estabelecer diretrizes para o novo ciclo do desenvolvimento brasileiro, ancorado na construção de um país soberano e solidário, o Ipea legitimou a relação comunicação-desenvolvimento. Ensejando a criação de um observatório de políticas públicas nesse campo, planeja realizar séries históricas destinadas a pensar sistemas democráticos de difusão coletiva.

Nesse sentido, o *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, publicado desde 2010, representa um passo decisivo nessa direção, coletando indicadores nacionais do campo em matéria de ensino, pesquisa, produção e consumo, delineando tendências e sugerindo debates.

O passo seguinte é, sem dúvida, a criação do observatório das políticas públicas, subsidiando o planejamento de ações transformadoras. Mas sempre lembrando que elas se destinam a uma sociedade cruel no setor da inclusão cognitiva, que ainda marginaliza grandes contingentes da população, sonegando o conhecimento cotidiano sobre o que acontece no planeta, no país e na própria comunidade.

CONTINGÊNCIA

Nessa empreitada, convém admitir que a transformação do campo comunicacional em espaço anglófono vem se dando principalmente pela inércia dos países pertencentes a outros agrupamentos geoculturais, que assimilam e reproduzem as matrizes do conhecimento hegemônico, pouco a pouco legitimado como “pensamento único”.

Iniciativas como a dos países nórdicos, aglutinados pelo The Nordic Information Centre for Media and Communication Research (Nordicom), mostram-se positivas, suscitando o lançamento de ofensivas do gênero. Inspirando-se nessa bem sucedida experiência, as lideranças ibero-americanas do nosso campo assinaram

o Protocolo de Guadalajara, em 2007, comemorado com uma rodada de *tequila*. Esse documento criou condições para o Pacto do Funchal, celebrado em 2009 e brindado com *vinho madeira*.

Trata-se de etapa decisiva para a criação de uma comunidade internacional que pode fincar a bandeira ibero-americana no espaço mundial das Ciências da Comunicação. Nesse sentido, o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, realizado na cidade de São Paulo, em agosto de 2011, conotou perspectivas bastante alvissareiras.

A adesão de quinhentos participantes, autores de trabalhos previamente selecionados pelos pares, em cada disciplina, num universo de quase mil resumos inscritos, demonstrou que vale a pena fortalecer nossa soberania intelectual, para evitar a dissolução gradativa da identidade cultural ibero-americana nas malhas da globalização.

É indispensável ressaltar que o megaevento sedimentou o papel de vanguarda assumido pela comunidade brasileira de Ciências da Comunicação, superando a competição suicida travada por segmentos disciplinares que lutam por um lugar ao sol na árvore do saber universal. Nesse sentido, o campo das Ciências da Comunicação demonstra sinais de maturidade, encetando um diálogo construtivo com o aparato do Estado, embora continue pendente a nossa interação criativa com a sociedade.

DESAFIOS

Fiéis ao espírito da universalidade dentro da diversidade, mas conscientes de que a conquista da multipolaridade cultural depende fundamentalmente do fortalecimento da nossa autoestima intelectual, precisamos ter coragem suficiente para superar o reboquismo que nos atrela secularmente aos paradigmas construídos pelo bloco dominante da chamada “ciência ocidental”.

Não se trata absolutamente de uma incitação à xenofobia, mas de uma compreensão contextual da natureza das Ciências Sociais, cujas evidências empíricas não podem ser transferidas automaticamente para outras realidades. Sem prévia

validação dos respectivos axiomas por estudos de campo e outros procedimentos metodológicos, é temerária sua assimilação por ambientes geoculturais diferentes e contrastantes.

Tampouco se pretende fomentar o nosso isolamento da comunidade acadêmica mundial, instituindo um gueto linguístico ou uma fraternidade parental. O que se almeja legitimamente é superar a nossa subordinação a um modelo de produção acadêmica enraizado no regime colonial e cultivado pela inércia das nações que se tornaram politicamente independentes, mas academicamente alienadas, para não dizer subservientes.

O ponto de partida para romper essa dependência histórica é sem dúvida o estreitamento das nossas relações culturais. O intercâmbio de nossas experiências investigativas significa agir estrategicamente nos fóruns internacionais, levando à compreensão crítica dos fenômenos socioculturais.

A expectativa resultante é a de acumular, processar e socializar conhecimentos que permitam a geração de outras ideias, destinadas a fortalecer o sistema democrático, preservando as identidades nacionais e correspondendo às aspirações coletivas.





PARTE 1
SOCIEDADES CIENTÍFICAS





Associação Brasileira de Estudos Semióticos (ABES)

FUNDAÇÃO

2001

HISTÓRICO

A Abes foi fundada em 2001, como resultado da ação de um grupo de pesquisadores brasileiros comandados pela profa. Dra. Irene Machado, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), que promoveu a reunião de várias correntes da semiótica brasileira dispersas em distintas instituições de ensino e pesquisa.

O propósito foi refundar a primeira associação que existira no país – a Associação Brasileira de Semiótica (ABS), criada em 1972 –, a qual havia desaparecido nos anos 1990. Os dois objetivos dessa primeira nucleação se mantiveram na segunda: 1) congregar estudiosos da área de semiótica; 2) promover o desenvolvimento das teorias semióticas no Brasil, bem como estabelecer contatos internacionais.

A partir de um grande encontro de vários pesquisadores e de centros de pesquisa, em 2001, em São Paulo (SP), foram organizados congressos bianuais em Araraquara (SP), São Paulo, Vitória (ES) e, novamente, na capital paulista. Todos esses congressos internacionais contaram com representações majoritárias dos mais expressivos semioticistas nacionais e convidados internacionais para garantir a discussão entre os investigadores.

Com a reformulação de 2001, que se consolidou, a Abes tem ainda de dar conta da promoção do intercâmbio de pesquisas e estudos orientados pelas abordagens semióticas, dinamizando a troca e o debate das pesquisas em outras formas, a idealizar, além da modalidade congresso internacional.

Entre seus propósitos, destacam-se: 1) mapear os pesquisadores e grupos/núcleos/centros de pesquisa; 2) mapear os objetos de estudo e as contribuições para o campo; 3) levantar a inserção da

semiótica nos mais distintos campos do saber; 4) identificar o lugar da semiótica no quadro das áreas de conhecimento do país; 5) mapear o ensino da semiótica nas graduações e pós-graduações do país; 6) estabelecer intercâmbios interinstitucionais nacionais e internacionais para a pesquisa em semiótica.

Seu estatuto foi remodelado e encontra-se em fase de implementação.

CORPO SOCIAL

Conforme dados do último encontro realizado em São Paulo, de 3 a 5 de maio de 2010, a associação conta com 173 filiados, que representam 18 universidades brasileiras, nas quais a Semiótica é uma disciplina reconhecida em cursos de graduação e/ou de pós-graduação.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

Agrupa pesquisadores em congressos realizados bianualmente.

DIRETORIA (GESTÃO 2003-2012)

Presidente: Ana Claudia Mei Alves de Oliveira (PUC-SP)

Vice-Presidente: Elaine Caramella (PUC-SP)

Primeira Tesoureira: Ana Maria Domingues Zilocchi (PUC-SP)

Segunda Tesoureira: Ana Silvia Lopes Davi Médola (Unesp)

Primeira Secretária: Cecília Almeida Salles (PUC-SP)

Segunda Secretária: YvanaFechine (UFPE)

CONTATOS

Endereço: Rua Ministro Godoy, 964, Prédio Bandeira de Mello, sala 4A-08, Perdizes, São Paulo (SP), CEP 05008-000

Telefones: (11) 3670-8146 e (11) 3670-4146 (fax)

E-mail: claudiamei@hotmail.com (presidência)

Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC)

FUNDAÇÃO

1977

HISTÓRICO

ABJC é uma associação sem fins lucrativos que congrega jornalistas e integrantes de outras profissões que, como colaboradores, contribuem para a divulgação científica, educativa e tecnológica no país.

Foi fundada em 19 de setembro de 1977, por José Reis, Julio Abramczik, Demócrito Oliveira Moura, Marco Antonio Filippi, Abram Natan Jagle, Silvio Raimundo, Andrejus Korolkovas, Perseu Abramo e Gastão Thomaz de Almeida.

Tem como metas auxiliar na boa formação dos jornalistas de ciência e fomentar a criação de um ambiente propício às reflexões permanentes dos jornalistas brasileiros de ciência sobre seu próprio ofício e sobre seu papel vital na consolidação de uma verdadeira cultura científica dentro da sociedade brasileira.

CORPO SOCIAL

Seu corpo de sócios reúne jornalistas e profissionais de outras áreas que contribuam regularmente para a divulgação de ciência.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

Congressos, simpósios e seminários. Atividades de apoio à formação de jornalistas de ciência. Planejamento e produção de veículos para ampliação da divulgação de ciência.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2013)

Presidente: Mariluce Moura (Pesquisa Fapesp)

Vice-Presidente: Eduardo Geraque (Folha de S.Paulo)

Diretor Administrativo: Ricardo Zorzetto (Pesquisa Fapesp)

Diretora Acadêmica: Heloiza Dias (Embrapa)

Diretora de Eventos: Vanja Joice Bispo Santos (Museu Emílio Goeldi)

Diretora de Divulgação e Publicações: Alicia Ivanissevich (Ciência Hoje)

CONTATOS

Website: <http://www.abjc.org.br>

Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR)

FUNDAÇÃO

2008

HISTÓRICO

A Alcar dá seguimento ao trabalho da Rede Alfredo de Carvalho para o Resgate da Memória da Imprensa e a Construção da História da Mídia no Brasil (Rede Alcar), constituída em 2001, durante reunião na Associação Brasileira de Imprensa (ABI), com o propósito de preservar a memória da mídia nacional e de comemorar o bicentenário da imprensa do país, em 2008.

O nome Alcar é homenagem ao historiador pernambucano Alfredo de Carvalho, responsável pelo inventário do primeiro centenário da imprensa brasileira, celebrado em 1908.

Um grupo de expoentes do campo da Comunicação, conduzidos pelo prof. Dr. José Marques de Melo, primeiro presidente da Rede, fomentou pesquisas e organizou seis encontros nacionais, cumprindo assim os objetivos inicialmente traçados: estimular estudos e aprofundar discussões sobre a história da mídia, preparando assim as comemorações dos 200 anos da imprensa no Brasil¹.

Em 14 de maio de 2008, durante o congresso realizado na Universidade Federal Fluminense (UFF), a assembleia decidiu dar continuidade à rede de pesquisadores, sob a presidência da profa. Dra. Marialva Barbosa (gestão 2008-2011).

CORPO SOCIAL

Podem ser sócios da Alcar professores, pesquisadores, estudantes e profissionais que se dediquem a estudos avançados, de caráter

¹ Mais informações sobre a história e sobre a fundação da Rede Alcar estão disponíveis no endereço <http://paginas.ufrgs.br/alcar/sobre-a-alcar-1/historia-1>

interdisciplinar, sobre os processos históricos da Comunicação. A entidade está em processo para obtenção de registro como associação científica e nesta condição iniciará campanha para formar seu corpo social.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A Alcar procura cumprir seu principal objetivo – promover estudos avançados sobre os processos históricos da Comunicação – mediante quatro programas básicos: estudos, cursos, eventos e publicações.

Para tanto, agrega docentes, pesquisadores, estudantes e profissionais em eventos científicos: nos anos pares, múltiplos e espalhados pelas regiões brasileiras; nos ímpares, um único e grande encontro nacional.

Também coordena pesquisas nacionais em parceria com a Socicom e com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), estimula a produção de publicações coletivas, impressas e digitais de seus grupos temáticos (GTs), edita um boletim eletrônico (bimensal, com retorno a partir de março de 2012) e uma revista científica, com duas edições anuais. Todos esses materiais, bem como os anais dos eventos, estão registrados e disponíveis em seu website.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2015)

Presidente: Maria Berenice Machado (UFRGS)

Vice-Presidente: Angela Schaun (Mackenzie)

Diretor Científico: Marcio Fernandes (Unicentro)

Diretora Administrativa: Nair Prata (Ufop)

Secretário: Edileuson Almeida (UFRR)

Editora do Jornal: Aline do Amaral Garcia Strelow (UFRGS)

CONTATOS

Website: <http://paginas.ufrgs.br/alcar>

E-mail: alcar@ufrgs.br

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura (ABCIBER)

FUNDAÇÃO

2006

HISTÓRICO

Fruto de um projeto semeado em 2000, com a ideia preliminar lançada no IX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), realizado na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), a ABCiber foi fundada, em 27 de setembro de 2006, por pesquisadores de vários programas de pós-graduação vinculados a diferentes áreas das Ciências Humanas, das Ciências Sociais Aplicadas e de Linguística, Letras e Artes do Brasil, reunidos em plenária especial do I Simpósio Nacional de Pesquisadores em Comunicação e Ciberultura, organizado pelo Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Ciberultura (Cencib), do Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), e realizado naquela universidade, de 25 a 29 de setembro de 2006.

Sua criação foi divulgada em nota pública, com data de 7 de outubro de 2006, para a comunidade nacional e internacional.

Pela necessidade institucional de integração da ABCiber ao sistema jurídico brasileiro, a primeira diretoria adotou procedimentos administrativos, documentais e operacionais necessários ao registro da associação em cartório da cidade de São Paulo – nomeadamente no 6º Cartório de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica – e, posteriormente, à obtenção do CNPJ – nº 11.294.169/0001-18 –, junto à Receita Federal. Esses procedimentos incluíram a convocação de uma assembleia geral especial, igualmente liminar, para efeito de fundação de direito da associação, encontro este realizado na PUC-SP, no dia 5 de outubro de 2009.

À luz da sistemática axiológica referencial do ordenamento jurídico, os pesquisadores que participaram da plenária especial de 26 de setembro de 2006 passaram a ser considerados formalmente como “fundadores históricos ou de fato” da ABCiber, e os(as) pesquisadores(as) participantes da assembleia de fundação jurídica, os seus “fundadores de direito”.

A história da ABCiber testemunha, com convicção, que um dos legados intelectuais e éticos mais vigorosos e fundamentais que a criação de uma entidade científica nacional pode oferecer às áreas de conhecimento que a constituem, ao seu desenvolvimento ampliado, diversificado e sempre renovado, e também à sua própria posteridade, é o de uma democracia vívida, concretamente atuada e articulada na indispensável escuta do outro, aí compreendidos os procedimentos que instituem esse legado como valor a ser cultivado dentro e fora da instituição, em todos os sentidos.

A ABCiber se orgulha de ter se desenvolvido a partir do consenso multilateral, em escala nacional, em relação à necessidade de sua fundação, bem como (a partir) da diferença produtiva, elegante e plena de amizade no âmbito intelectual e da sinergia na esfera pessoal – princípios *sine qua non* de construção de uma instituição científica e cultural democratizada internamente e progressista, que se fez – em sua história, a evocar-se aqui também o GT Comunicação e Cibercultura da Compós –, em nome da liberdade e da solidariedade interpares.

CORPO SOCIAL

O corpo social é constituído por pesquisadores em todos os níveis (graduação, mestrado e doutorado), estudantes em geral e profissionais com interesse pela tecnologia, assim como artistas. Em junho de 2011, a associação contava com 182 associados.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A ABCiber organiza, anualmente, duas reuniões científicas e o Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura, de forma itinerante, além de publicações de material científico online (livros).

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2013)

Presidente: Vinicius Andrade Pereira (ESPM-SP, Uerj)

Vice-Presidente: Edílson Cazeloto (Unip)

Secretária Executiva: Sandra Portella Montardo (Feevale)

Secretária de Finanças: Fátima Regis (Uerj)

Diretor Científico: Erick Felinto de Oliveira (Uerj)

Diretor de Comunicação: Adriana Amaral (Unisinus)

Diretora Cultural: Fernanda Bruno (UFRJ)

Diretora Editorial: Luisa Paraguai Donati (UAM)

Conselho Fiscal: Juremir Machado da Silva (PUCRS), Marcos Palacios (UFBA), Rogério da Costa (PUC-SP)

CONTATOS

Endereço: Rua Ministro Godoy, 969, 4º andar, bloco B, sala 4A-08 (PEPGCOS/PUC-SP), Perdizes, São Paulo (SP), CEP 05015-901

Website: <http://www.abciber.org>

E-mail: abciber@abciber.org

Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAPCORP)

FUNDAÇÃO

2006

HISTÓRICO

A Abrapcorp foi criada em 13 de maio de 2006, em São Paulo (SP), por ocasião do I Fórum Nacional em Defesa da Qualidade do Ensino de Comunicação (Endecom 2006), promovido pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), com a finalidade de estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados dessas áreas.

Com a fundação da Abrapcorp, um novo capítulo foi acrescentado à história desses campos do conhecimento, que florescem e se consolidam cada vez mais no conjunto das Ciências da Comunicação. A existência de uma entidade científica nesse contexto exerce um papel fundamental para estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados resultantes de pesquisa e que possam contribuir para a transformação da sociedade, das instituições e das organizações.

De acordo com seu estatuto, a Abrapcorp objetiva:

- congregar pesquisadores de qualquer área do conhecimento, vinculados ou não a organizações acadêmicas, científicas e profissionais, que tenham por objeto de estudo a comunicação sob todas as suas perspectivas e aplicações, em especial aqueles que se dedicam a temáticas da comunicação organizacional e das relações públicas;
- contribuir para o desenvolvimento intelectual de seus associados, por meio do intercâmbio de experiências entre eles e outras organizações, para a difusão do conhecimento científico da comunicação organizacional e das relações públicas;

- contribuir, por meio de estudos científicos da comunicação organizacional e das relações públicas, para maior valorização e democratização dessas atividades no ambiente acadêmico, profissional e social;
- contribuir para o desenvolvimento do país, promovendo e difundindo o exercício da comunicação como forma de colaborar no processo democrático;
- representar os interesses dos associados perante a sociedade, junto às associações congêneres e em fóruns competentes.

A Abrapcorp tem como órgãos gestores a assembleia geral e a diretoria executiva, formada por presidente, vice-presidente, diretor administrativo, diretor científico, diretor editorial e diretor de relações públicas. São órgãos auxiliares da entidade o conselho consultivo e o conselho fiscal. O mandato dos membros da diretoria executiva e dos conselhos é de dois anos, podendo haver reeleição para apenas um período subsequente.

Nos seis primeiros anos de existência da entidade, os esforços se concentraram na criação de uma infraestrutura básica para o funcionamento da secretaria, nas providências para os registros jurídicos e contábeis, na institucionalização do congresso anual, na formatação da dinâmica dos grupos de trabalhos temáticos (GTs Abrapcorp), na construção do site e na publicação de livros, entre outras iniciativas em curso.

CORPO SOCIAL

Seus sócios são professores, pesquisadores e profissionais da área de comunicação organizacional e de relações públicas. Conta (até o início de 2012) com 202 associados, em sua maioria do Brasil, tendo algumas filiações de outros países da América Latina.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A Abrapcorp fomenta a pesquisa nas áreas da comunicação organizacional e relações públicas. Anualmente, realiza um congresso nacional, a fim de estimular a pesquisa científica nos referi-

dos campos de conhecimento. Produz obras de referência na área e oferece cursos para o aprimoramento das práticas comunicativas.

DIRETORIA (GESTÃO 2010-2012)

Presidente: Ivone de Lourdes Oliveira (PUC-Minas)

Vice-Presidente: Rudimar Baldissera (UFRGS)

Diretor Científico: Márcio Simeone Henriques (UFMG)

Diretora Administrativa: Valéria Siqueira de Castro Lopes (ECA-USP, Cásper Líbero)

Diretora Editorial: Marlene Regina Marchiori (UEL)

Diretora de Relações Públicas: Maria Aparecida Ferrari (ECA-USP)

Conselho Fiscal: Cláudio Guimarães Cardoso (UFBA), Esnél José Fagundes (UFMA), João José de Azevedo Curvello (UCB)

Conselho Consultivo: Claudia Peixoto de Moura (PUCRS), Margarida Maria Krohling Kunsch (ECA-USP), Paulo Roberto Nassar de Oliveira (ECA-USP), Sidinéia Gomes de Freitas (ECA-USP), Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFMS)

CONTATOS

Endereço: Avenida Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, bloco 22, sala 30, Cidade Universitária, São Paulo (SP), CEP 05508-900

Telefone: (11) 3091-2949

Website: www.abrapcorp.org.br

E-mail: secretaria@abrapcorp.org.br

Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)

FUNDAÇÃO

2003

HISTÓRICO

Depois de uma espera de mais de 50 anos, os pesquisadores brasileiros em jornalismo conseguiram, em 29 de novembro de 2003, concretizar um sonho: a criação da SBPJor.

Durante o I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na Universidade de Brasília (UnB) – o qual contou com a presença de mais de 100 pesquisadores de todo o Brasil, tendo sido apresentados 60 trabalhos científicos –, os 94 sócios fundadores aprovaram os estatutos da SBPJor, e foi eleita a primeira diretoria, composta por Elias Machado (presidente), Luiz Gonzaga Motta (vice-presidente), Eduardo Meditsch (diretor administrativo), Dione Oliveira Moura (diretora editorial) e Alfredo Vizeu (diretor científico). Na mesma ocasião, foram eleitos os conselhos científico e administrativo da entidade, para um mandato de dois anos.

O primeiro encontro da SBPJor, promovido pela UnB, teve a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), a Universidade Federal da Bahia (UFBA), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) como apoiadoras. Representantes da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e do Sindicato de Jornalistas do Distrito Federal também estiveram presentes à assembleia de fundação da nova associação.

A SBPJor busca agregar pesquisadores em jornalismo e tem como propósito atuar em conjunto com todas as demais associações científicas, acadêmicas ou profissionais já existentes, como a

Intercom, a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), o FNPJ, a Fenaj e a Sociocom, no Brasil, e a International Association for Mass Communication Research (IAMCR), a International Communication Association (ICA), a Sociedad Iberoamericana de Académicos, Investigadores y Profesionales del Periodismo en Internet (AIAPI) e a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), em âmbito internacional.

Estimula, ainda, a articulação nacional de pesquisadores da área, por meio dos grupos de trabalho que os acolhe nos encontros anuais e de outras iniciativas promovidas pela entidade. Da mesma forma, promove a visibilidade da pesquisa em jornalismo produzida no Brasil e o intercâmbio de experiências com a comunidade internacional, por meio da *BJR – Brazilian Journalism Research*.

Desde sua fundação, a diretoria da SBPJor implementou uma série de projetos para institucionalizar a pesquisa no campo do jornalismo, como a realização de encontros anuais, o lançamento da *Brazilian Journalism Research*, a criação da Bibliografia Online de Jornalismo, dentre outras iniciativas.

A SBPJor mantém estreita cooperação com instituições da natureza do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e com agências de fomento, tais como Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), fundações estaduais de amparo à pesquisa, governos estaduais e empresas parceiras.

O encontro anual da SBPJor, ao longo do tempo, consolidou-se como um fórum de referência para a discussão acadêmica do jornalismo como campo científico, tendo contado com uma média de 300 participantes.

Além disso, no 6º Encontro da SPBJor, em 2008, foi formalizada a Rede de Pesquisa Jornalismo e Tecnologias Digitais (Rede JorTec), a qual, em 2012, já conta com 28 pesquisadores, das seguintes instituições: Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Pontifícia Uni-

versidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e Universidade Presbiteriana Mackenzie.

A Rede JorTec tem como finalidade a produção de pesquisa aplicada visando à experimentação e à criação de inovações tecnológicas digitais nos processos de captação, produção, empacotamento, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos nas convergentes plataformas comunicacionais. Além de participar com sete mesas coordenadas nos últimos cinco encontros anuais da SPBjor, a rede mantém um website (www.tecjor.net) e já lançou dois livros: *Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração* (Santa Cruz do Sul, Editora da Universidade de Santa Cruz do Sul, 2011) e *Produção e colaboração no jornalismo digital* (Florianópolis, Insular, 2010).

CORPO SOCIAL

Em fevereiro de 2012, seu número de associados era 465, assim distribuídos: 195 pesquisadores plenos (doutores), 137 pesquisadores mestres, 13 pesquisadores especialistas e 120 pesquisadores graduandos ou estudantes de pós-graduação.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A SBPJor promove atividades e parcerias com o objetivo de incentivar a pesquisa em jornalismo, destacando-se, entre suas atuações, a realização dos encontros anuais, a edição da revista *Brazilian Journalism Research* (semestral) e a promoção do Prêmio Adelmo Genro Filho, oferecido anualmente, com vistas a reconhecer a qualidade do trabalho acadêmico realizado em universidades ou em centros e institutos de pesquisa.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2013)

Presidente: Dione Oliveira Moura (UnB)

Vice-Presidente: Kênia Maia (UFRN)

Diretor Administrativo: Demétrio de Azeredo Soster (Unisc)

Diretora Científica: Luciana Mielniczuk (UFRGS)

Diretora Editorial: Iluska Coutinho (UFJF)

Conselho Científico: Beatriz Becker (UFRJ), Christa Berger (Unisinos), Edson Fernando Dalmonte (UFBA), Fábio Henrique Pereira (UnB), Fernando Resende (UFF), José Luiz Aidar Prado (PUC-SP), José Luiz Proença (ECA-USP)

Conselho Administrativo: Edna Mello (UFT), Paula Melani Rocha (UEPG), Joanita Motade Ataíde (UFMA)

CONTATOS

Endereço: Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, ICC Norte, Subsolo, Secretaria do Programa de Pós-Graduação, sala ASS 633, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70910-900

Website: <http://www.sbpjor.org.br>

Twitter: @sbpjor_net

Facebook: SBPJor página oficial

E-mail: presidencia@sbpjor.org.br

Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2)

FUNDAÇÃO

2010

HISTÓRICO

A ABP2 surgiu em 2010, durante a comemoração dos 40 anos do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e por ocasião do I Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (I Pró-Pesq PP), cuja pauta incluía discussões sobre a criação de uma sociedade que pudesse representar pesquisadores do campo da Comunicação interessados por temáticas ligadas à publicidade, à propaganda e às questões de cultura, mídias e consumo.

Durante o evento, mais precisamente no dia 3 de setembro de 2010, foi criada a ABP2, que segue seu percurso de legalização até 2011 e que é organizada em função dos seguintes objetivos:

- fortalecer a Comunicação e a publicidade como campos do saber, desenvolvendo ações para sua consolidação, como grande área e área de conhecimento, perante à comunidade acadêmica e aos órgãos gestores de ciência e tecnologia;
- representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país;
- desenvolver ações destinadas a melhorar a qualidade e a diversificação dos aspectos profissionais, bem como ensino e da pesquisa de graduação e pós-graduação na área, contribuindo para assegurar as condições para o seu funcionamento em todo o território nacional;
- fomentar iniciativas para estimular a cooperação entre instituições congêneres e beneficiar espaços regionais ou segmentos disciplinares considerados estratégicos;

- organizar debates sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da publicidade, da propaganda, da gestão de marca, do mercado e do consumo, focalizando problemas comuns e ampliando o conhecimento mútuo e a cooperação entre as diversas entidades da área;
- organizar o encontro nacional da área;
- promover o diálogo da área com as entidades representativas da indústria, do comércio, das profissões, da sociedade civil e dos movimentos populares, que atuam nos ramos da mídia e da comunicação social;
- estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da área da Comunicação.

Embora seja majoritária na oferta entre os cursos de graduação em Comunicação Social do país, a área de publicidade e propaganda, demorou a amadurecer, no sentido de ter uma preocupação institucional para sua representatividade junto ao campo em que se insere. Nesse sentido, o momento histórico das quatro décadas do curso da ECA-USP mostrou-se oportuno para o desenvolvimento da ABP2, que timidamente dá os seus primeiros passos sólidos para a legitimação.

CORPO SOCIAL

Até o início de 2012, a ABP2 conta com 83 sócios, entre professores, doutores, doutorandos, mestres, mestrandos e/ou pesquisadores de programas de pós-graduação, de universidades públicas e privadas de todas as regiões do país, que trabalham as temáticas valorizadas pela associação.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

Entre as principais atividades da ABP2 está a realização do Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq PP), que caminha para sua terceira edição, e a publicação de e-books, com os trabalhos apresentados nesses eventos.

DIRETORIA (GESTÃO 2010-2012)

Presidente: Eneus Trindade Barreto Filho (ECA-USP)

Vice-Presidente: Maria Clotilde Perez R. Bairon Santanna (ECA-USP)

Diretor Administrativo-Financeiro: Adolpho Carlos Françaoso Queiroz (Mackenzie)

Diretores Científicos: Jean Charles Jacques Zozzoli (UFAL), Leandro Leonardo Batista (ECA-USP)

Diretora Editorial: Maria Lília Dias de Castro (UFSM)

Diretor de Relações Internacionais: Pedro Antonio Hellín Orutño (Universidad de Murcia, Espanha)

Diretor de Comunicação/Difusão: Dirceu Tavares de Carvalho Lima Filho (UFPE)

Diretor de Documentação: Goiamérico Felício C. dos Santos (UFG)

Conselho Fiscal: Walter Freoa (Cásper Líbero), Guilherme Nery Atem (UFF)

Comitê Regional: Luiz César S. dos Santos (UFPA), região Norte; Aryovaldo de Castro Azevedo Junior (UFRN), região Nordeste; Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho (UnB), região Centro-Oeste; João Luiz Anzanello Carrascoza (ESPM-SP, ECA-USP), região Sudeste; Maria Berenice da Costa Machado (UFRGS), região Sul

CONTATOS

E-mail: eneustrindade@usp.br (presidência)

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)

FUNDAÇÃO

1991

HISTÓRICO

A Compós foi fundada no dia 16 junho de 1991, em Belo Horizonte (MG), com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a partir da iniciativa de alguns pesquisadores e de representantes dos cursos de pós-graduação das seguintes instituições: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade de Brasília (UnB), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

Desde 1996, a Compós ajuda a liderar a área na realização de reuniões sistemáticas, semestralmente ou sempre que haja necessidade, com os coordenadores de programas de pós-graduação (PPGs) e os coordenadores de área da Capes, para definir princípios, diretrizes, critérios e procedimentos de avaliação.

No mesmo sentido, as reuniões do conselho geral da Compós, realizadas em três períodos do ano, contam regularmente com a presença dos representantes do comitê assessor (CA) de Artes, Ciência da Informação e Comunicação do CNPq.

Em várias oportunidades, a Compós realiza reuniões conjuntas com coordenadores de programas de pós-graduação, representantes do CA, diretores e pessoal técnico-administrativo do CNPq. Nessas reuniões, o CNPq e os PPGs da área discutem as políticas, diretrizes, procedimentos e critérios de julgamento do CNPq para ciência, tecnologia e inovação, no que se refere à Comunicação.

Nesses mais de 20 anos de existência, registra-se grande colabora-

ção entre a Compós e órgãos do governo federal na construção de parâmetros de avaliação de programas e de produção, bem como na colaboração, com os representantes de área, na elaboração e na aprovação de tabelas das áreas de conhecimento. Essa cooperação está registrada nas atas de reuniões do conselho geral da Compós, por meio dos informes dos representantes de área e das discussões de temas propostas pelo próprio conselho. As reuniões com o CNPq e com a Capes são fundamentais para a construção coletiva do campo da Comunicação.

A vinculação entre a pesquisa científica e tecnológica e a pós-graduação se evidencia por meio das áreas de concentração, das linhas e dos grupos de pesquisa dos PPGs e dos grupos de trabalho (GTs) da Compós. Os GTs são o principal mecanismo para viabilizar o trabalho científico da associação. Com eles, busca-se o intercâmbio entre os pesquisadores e os programas de pós-graduação associados, criando-se redes de interesse acadêmico comum que atravessam as diversas instituições participantes. Desse modo, a Compós estimula a ampliação das estruturas de pesquisa no país e a superação do isolamento dos pesquisadores e grupos de pesquisa.

O objetivo dos GTs da Compós é oferecer um espaço de interlocução científica no qual o debate sobre os resultados das pesquisas de seus participantes resulte em estímulo para o desenvolvimento da reflexão. A perspectiva de trabalho coletivo pretende superar, nessa estrutura específica dos GTs, um modelo que enfatizaria a simples apresentação e divulgação de resultados ou sessões didáticas de proposição e escuta. De modo a garantir o tempo adequado para as discussões, cada GT seleciona um máximo de dez textos para discussão, podendo aprovar um número menor. Não agrega textos apenas para fazer número e que não atendam aos critérios.

Atualmente, há 15 GTs em funcionamento: Comunicação e Cibercultura; Comunicação e Cidadania; Comunicação e Cultura; Comunicação e Experiência Estética; Comunicação e Política; Comunicação e Sociabilidade; Comunicação em Contextos Organizacionais; Cultura das Mídias; Epistemologia da Comunicação; Estudos de Jornalismo; Estudos de Televisão; Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual; Imagem e Imaginários Midiáticos, Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação; e Recepção: Processos de

Interpretação, Uso e Consumo Midiáticos. Esses GTs foram aprovados na reunião do conselho geral da Compós, em 11 de junho de 2010, e funcionarão até o encontro anual de 2014, quando todos serão extintos e um novo processo de reativação ocorrerá.

CORPO SOCIAL

A Compós congrega, como associados os programas de pós-graduação em Comunicação, em nível de mestrado e/ou doutorado, de instituições de ensino superior públicas e privadas do Brasil. Atualmente, são 38 PPGs filiados¹:

1. Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP (M-D), coordenado por Eugênio Trivinho.
2. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da UFBA (M-D), coordenado por Edson Dalmonte.
3. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ (M-D), coordenado por Maurício Lissovski.
4. Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp (M-D), coordenado por Laan Mendes de Barros.
5. Programa de Pós Graduação em Comunicação da UnB (M-D), coordenado por coordenador Luiz Gonzaga Motta.
6. Programa de Pós-Graduação em Multimeios da Unicamp (M-D), coordenado por Francisco Elinaldo Teixeira.
7. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP (M-D), coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes.
8. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS (M-D), coordenado por Juremir Machado da Silva.
9. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos (M-D), coordenado por Suzana Kilpp.
10. Pós-Graduação em Comunicação da UFMG (M-D), coordenado por César Guimarães.
11. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS (M-D), coordenado por Miriam Rossini.

¹ Observação: o nível de oferta de formação dos programas está identificado por M-D (aqueles que oferecem cursos de mestrado e doutorado) e por M (aqueles que contam apenas com mestrado).

12. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF (M-D), coordenado por Simone Pereira de Sá.
13. Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da UTP (M-D), coordenado por Cláudia Quadros.
14. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE (M-D), coordenado por Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes.
15. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero (M), coordenado por Dimas A. Künsch.
16. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj (M), coordenado por Alessandra Aldé.
17. Mestrado em Comunicação da Unip (M), coordenado por Eduardo Peñuela Cañizal.
18. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp (M), coordenado por Mauro de Souza Ventura.
19. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RJ (M), coordenado por Miguel Serpa Pereira.
20. Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP (M), coordenado por Rose de Melo Rocha.
21. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM (M), coordenado por Eugenia Mariano da Rocha Barichello.
22. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Uniso (M), coordenado por Osvando J. de Moraes.
23. Mestrado em Comunicação da UAM (M), coordenado por Rogério Ferraraz.
24. Mestrado em Comunicação Social da PUC-Minas (M), coordenado por Julio Pinto.
25. Mestrado em Comunicação e Sociedade da UFJF (M), coordenado por Iluska Coutinho.
26. Mestrado em Comunicação da UFG (M), coordenado por Goiamérico Felício dos Santos.
27. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC (M), coordenado por Rogério Christofolletti.
28. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL (M), coordenado por Paulo César Boni.
29. Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar (M), coordenado por Samuel Paiva.
30. Mestrado em Comunicação da UCB (M), coordenado por João José Azevedo Curvello.

31. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB (M), coordenado por Marcos Nicolau.
32. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC (M), coordenado por Silas de Paula.
33. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFAM (M), coordenado por Mirna Pereira Feitosa.
34. Programa de Mestrado em Comunicação da USCS (M), coordenado por Gino Giacomini Filho.
35. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN (M), coordenado por Kênia Beatriz Ferreira Maia.
36. Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da USP (M-D), coordenado por Eduardo V. Morettin.
37. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR (M), coordenado por Luciana Panke.
38. Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA (M), coordenado por Maria Ataíde Malcher.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A atuação da Compós visa ao fortalecimento e à qualificação crescentes da pós-graduação em Comunicação no país; à integração e ao intercâmbio entre os programas existentes, bem como ao apoio à implantação de novos programas; ao diálogo com instituições afins nacionais e internacionais; ao estímulo à participação da comunidade acadêmica em Comunicação nas políticas do país para a área, defendendo o aperfeiçoamento profissional; ao desenvolvimento teórico, cultural, científico e tecnológico no campo da Comunicação. Realiza encontros anuais, publica livros e estabelece constante diálogo com órgãos reguladores e associações congêneres.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2013)

Presidente: Julio Pinto (PUC-Minas)

Vice-Presidente: Itania Maria Mota Gomes (UFBA)

Secretária Geral: Ines Silvia Vitorino Sampaio (UFC)

CONTATOS

Endereço: Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília,
ICC Norte, Subsolo, Secretaria do Programa de Pós-Graduação,
sala ASS 633, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70910-900

Website: <http://www.compos.org.br>

E-mail: compos.secretariaexecutiva@gmail.com

Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-BR)

FUNDAÇÃO

2004

HISTÓRICO

Ulepicc-BR é uma sociedade civil sem fins lucrativos destinada a congregar pesquisadores e profissionais da Comunicação, sem distinções, como credo político ou religioso.

Trata-se de uma organização não governamental, de caráter científico e cultural, que se constitui como uma seção nacional da Unión Latina de Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura (Ulepicc-Federação), criada em Sevilha, Espanha, em 2002, para agregar pesquisadores do mundo latino, com nacionalidade, dentre outras, brasileira, espanhola, francesa, argentina, canadense, moçambicana, portuguesa, mexicana e chilena.

A Ulepicc-Federação e seus capítulos têm como objetivo contribuir para a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes da comunicação, para o aperfeiçoamento e para a revitalização intelectual dos sócios, mediante o intercâmbio de experiências entre os pesquisadores da área, bem como alcançar os objetivos da carta de Buenos Aires, que demarca as bases de atuação da Economia Política da Comunicação.

Para isso, prioriza movimentos como realização de eventos e de estudos de comunicação, numa abordagem interdisciplinar; publicação de obras de cunho científico; promoção do intercâmbio de informações e experiências entre especialistas da área; desenvolvimento de pesquisas e atividades que representem uma contribuição para o campo; e efetivação de acordos com entidades congêneres, institutos e órgãos de fomento à investigação social.

A Ulepicc surge, como associação científica, num momento de expansão do campo da Comunicação no meio acadêmico, mas

também em meio a um importante debate sobre as relações imbricadas entre capitalismo e comunicação e à busca pela afirmação de uma perspectiva latina sobre essa temática.

A área da Economia Política no campo da Comunicação, bem como outras relacionadas à compreensão de um pensamento crítico nesse segmento, busca trazer análises críticas e estruturais sobre temas diversos que se contraponham firmemente à lógica de mercado, expondo evidências das contradições do sistema capitalista e a própria recomposição da participação dos setores sociais nos diversos processos de produção comunicacional.

Contextualizada na área da Economia Política da Comunicação, a Ulepícc busca redimensionar o papel da teoria crítica no âmbito dos estudos da Comunicação, recolocando-a em outras bases pela compreensão dos papéis das redes comerciais corporativas no Brasil, do Estado, dos diversos governos e dos processos regulatórios como subservientes às práticas de concentração e formação de monopólios e oligopólios do setor e, por fim, do comprometimento das organizações da sociedade civil diante dessa configuração.

CORPO SOCIAL

A Ulepícc-BR possui cerca de 50 associados, entre doutores, mestres e pós-graduandos, a maioria proveniente da área de Comunicação Social e das Ciências Humanas, das mais diversas regiões do país. Possui ainda um associado institucional: o Curso de Especialização em Jornalismo Cultural da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). A Ulepícc-BR está aberta para receber, como associados, pesquisadores que atuam no país investigando a economia política da comunicação, da informação e da cultura. Os interessados em se associar devem enviar mensagem por e-mail (ulepicc.br@gmail.com); posteriormente, serão contatados para receber informações sobre os procedimentos necessários, o que inclui a ficha de inscrição.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

Eventos acadêmicos de abordagem interdisciplinar; estímulo

ao desenvolvimento e à publicação de pesquisas de interesse comuns entre associados, bem como ao intercâmbio de informações; acordos com entidades de fomento à investigação social e à publicação de obras de caráter científico.

DIRETORIA (GESTÃO 2010-2012)

Presidente: Ruy Sardinha Lopes (USP)

Vice-Presidente: Marcos Dantas Loureiro (UFRJ)

Secretário Geral: Adilson Vaz Cabral Filho (UFF)

Tesoureira: Verlane Aragão Santos (UFS)

Vogais: Alexandre Barbalho (UECE), Bruno Lima Rocha (Unisinos), Marcelo Kischinevsky (Uerj), Maria Teresa Kerbauy (Unesp)

CONTATOS

Website: <http://www.ulepicc.org.br>

E-mail: ulepicc.br@gmail.com

Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (FORCINE)

FUNDAÇÃO

2000

HISTÓRICO

Sociedade civil sem fins lucrativos, o Forcine congrega e representa as instituições e os profissionais brasileiros dedicados ao ensino de cinema e audiovisual, visando ao desenvolvimento e ao fortalecimento dessa atividade.

O processo de sua criação foi gestado durante o 3º Congresso Brasileiro de Cinema, ocorrido em Porto Alegre (RS), de 28 de junho a 1º de julho de 2000. Naquele momento, ainda não havia uma representação formal do setor de ensino e formação profissional no Brasil. Durante o referido congresso, houve a formação de um grupo de trabalho para discutir as questões relativas às áreas do ensino, da pesquisa e da preservação, do qual participaram professores e pesquisadores, além de representantes do Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro (CPCB) e da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), entidades já constituídas.

Em dezembro do ano 2000, o Fórum de Ensino de Cinema, evento que aconteceu na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), reuniu representantes de várias universidades. Juntos, decidiram a criação do Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual, identificado pela sigla Forcine.

Além das ações iniciais – como a organização jurídica da entidade e a criação de um estatuto –, começou a organização dos congressos anuais e a participação junto às diversas instâncias políticas. Os debates propunham políticas de formação que acompanhassem as discussões sobre as políticas de incentivo à criação de uma indústria do audiovisual no Brasil.

O primeiro congresso anual do Forcine foi realizado em outubro de 2003, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal de

Minas Gerais (UFMG). Em março de 2012, será realizado o oitavo congresso, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ).

Um dos resultados desses debates foi uma parceria do Forcine com a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (MinC). Atualmente, o Fórum tem assento do Conselho da Secretaria do Audiovisual e foi parceiro em dois editais de produção/finalização de filmes de estudantes universitários de cinema e audiovisual.

As diretrizes curriculares para os cursos superiores de cinema e audiovisual também entraram em pauta e, após um período de trabalho, configurou-se o documento *Novas Diretrizes Curriculares para o Ensino de Cinema e Audiovisual*, aprovado pelo Ministério da Educação (MEC), em 2006.

Nesse mesmo ano, durante o IV Congresso Forcine, foi elaborado um documento que apresentava propostas para a elaboração de um Plano Nacional de Ensino e Formação para o Setor Audiovisual. O documento final foi encaminhado ao MEC e houve também contribuições pontuais incorporadas pelo Programa Nacional de Cultura, a pedido do MinC, que enviou um representante ao encontro.

Entre os eixos de ação prioritários do Forcine está o reconhecimento pelos agentes da indústria audiovisual e pelo poder público do papel fundamental das escolas de cinema e audiovisual como geradoras de inovação e qualificação capazes de fortalecer o setor e, também, como produtoras de conteúdo.

CORPO SOCIAL

Participam do Forcine instituições públicas e privadas de ensino dedicadas à formação acadêmica e profissional no campo do cinema, do audiovisual e da radiodifusão, sediadas no território nacional, representadas por seus professores e estudantes, assim como organizações e entidades que atuam ou desenvolvem programas de formação e apoio à indústria audiovisual, e ainda profissionais e personalidades que venham a contribuir de forma relevante para o desenvolvimento do setor. Cada instituição

deve designar dois representantes junto ao Forcine, sendo um o chefe de departamento, coordenador do curso ou diretor da escola, e o outro um professor escolhido pelo corpo docente.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

O Forcine promove de forma permanente o fomento, o intercâmbio e a cooperação entre as instituições dedicadas ao ensino de cinema e audiovisual, tanto de nível superior quanto de nível técnico, compreendendo as atividades de formação, capacitação e pesquisa, assim como entre seus professores e estudantes.

Procura contribuir de forma sistemática para o desenvolvimento de atividades de formação e capacitação, por meio da realização e da difusão de estudos, pesquisas, metodologias e programas de ensino, encontros, simpósios, congressos, seminários e outras ações que sirvam a uma melhor qualificação de professores e de profissionais para o setor audiovisual, incluídos a edição e o intercâmbio de publicações em formatos e suportes diversos, bem como a produção e a coprodução de obras audiovisuais entre seus membros.

Participa da formulação de políticas públicas para o ensino de cinema e audiovisual, contribuindo e atuando como interlocutor do setor, junto aos órgãos competentes. Representa o setor de ensino – formação e capacitação –, junto ao Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), na condição de entidade associada titular. E atua como mediador junto a organismos internacionais congêneres, podendo estabelecer vínculos de cooperação e outras iniciativas.

DIRETORIA (GESTÃO 2010-2012)

Presidente: Aída Marques (UFF)

Vice-Presidente: Dácia Ibiapina (UnB)

Secretária Geral: Aletéia Selonk (PUCRS)

Primeira Secretária: Angeluccia Habert (PUC-RJ)

Diretora Financeira: Luciana Rodrigues (FAAP)

Primeiro Tesoureiro: Luiz Angerami (ECA-USP)

Conselho de Representantes: João Guilherme Barone (PUCRS), José Gozze (FAAP), João Luis Leocádio (UFF), José Eduardo Ribeiro de Paiva (Unicamp), Esther Hamburger (ECA-USP)

Conselho Fiscal: Fernando Salis (ECO-UFRJ), Gilberto Alexandre Sobrinho (Unicamp), Alessandro Gamo (UFSCar)

Suplentes: Alvaro Bufarah (FAAP), Kátia Augusto Maciel (ECO-UFRJ)

CONTATOS

Website: <http://www.forcine.org.br>

E-mail: contato@forcine.org.br

Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ)

FUNDAÇÃO

1995

HISTÓRICO

Desde o início da década de 1990, a demanda por um espaço para discutir problemas diretamente ligados à formação profissional em jornalismo no Brasil cresceu e ganhou força nos principais eventos da área de Comunicação Social. O fortalecimento de uma demanda coletiva não é nenhum acaso, mas coincide com o rápido crescimento do número de cursos de Comunicação com habilitação em Jornalismo.

Um levantamento do FNPJ indica que, até final dos anos 1980, o Brasil tinha cerca de 100 cursos de graduação em Comunicação Social, entre as principais habilitações mais procuradas pelos jovens interessados em ingressar na área por meio da universidade: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e, com menor frequência, Cinema, Rádio e TV ou, ainda, Editoração.

Naquele contexto de transição do final de duas décadas de governos ditatoriais, estima-se que, à exceção de São Paulo e do Rio de Janeiro, que concentravam um maior número de escolas universitárias, Bahia, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul tinham entre três e cinco cursos cada. Os demais Estados possuíam apenas um ou dois cursos de Comunicação Social. Muitas unidades da Federação, porém, não registravam sequer um curso de Comunicação com habilitação em jornalismo até o início da década de 1990.

Em ritmo de (neo)liberalização, os anos 1990 criaram um clima de euforia nos mais diversos serviços – outrora ainda públicos, ou não tão privatistas –, com promessa de lucro de rentabilidade fácil, talvez nos mesmos moldes de produções em série e circulação mercadológica. Com o ensino superior, não foi diferente. E o campo jornalístico registrou, assim, um aumento acelerado de procura por

vagas universitárias. Em menos de cinco anos, o país praticamente triplicou o número de cursos universitários em jornalismo.

A oferta de vagas – se as escolas públicas não davam conta – deveria atender a uma demanda reprimida, profetizavam as leis mercantis. O rápido crescimento do ensino universitário na área fortaleceu, assim, uma demanda pela busca e pela garantia de melhores condições qualitativas na formação profissional em jornalismo.

O surgimento do FNPJ, portanto, foi tensionado por demandas coletivas, em sintonia com esforços de professores, estudantes e pesquisadores da área, efetivamente preocupados em pensar formas e estratégias de projetar condições de ensino, pesquisa e extensão, em estruturas capazes de viabilizar uma formação profissional universitária que não reduzisse a educação a simples moeda de troca.

Entre 1992 e 1995, um grupo de docentes da área realizou inúmeras reuniões e atividades, até culminar na realização do I Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, realizado paralelamente ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Aracaju (SE), em setembro de 1995. A partir daí, a proposta de manter um fórum de professores com viabilidade de pensar a área, a partir das demandas cada vez mais específicas e crescentes em torno da formação universitária do jornalismo brasileiro, não precisou mais de dois anos para se legitimar de forma autônoma.

O FNPJ passou, aos poucos, a se fortalecer como importante entidade representativa de um número de professores estimado – em 2011 – em mais de sete mil profissionais do ensino superior, atuando em aproximadamente 350 cursos de graduação, distribuídos em todas as unidades da Federação.

Por isso mesmo, questões que envolvem as condições de ensino e os processos de aprendizagem, como diretrizes curriculares, estruturas laboratoriais, relação entre teorias e técnicas editoriais, pesquisa, desenvolvimento de novas habilidades e tecnologias, ética e legislação, bem como as variáveis sobre mercado de trabalho são a preocupação constante dos sócios e simpatizantes do FNPJ.

CORPO SOCIAL

O FNPJ reúne profissionais (docentes) da área de Jornalismo, na intenção de realizar debates e encaminhar propostas sobre aspectos de demandas que dizem respeito à formação profissional (universitária) dos jornalistas.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A partir da direção do FNPJ, a entidade procura, de diversas formas, representar professores de jornalismo, em todas as questões que dizem respeito aos processos de formação profissional na área.

Mantém, atualmente, a lista de professores (fnpj@yahoogrupos.com.br) e a *Rebej – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, em versão eletrônica.

Realiza os Encontros Nacionais de Professores de Jornalismo (dentro dos quais ocorrem o Ciclo de Pesquisa em Ensino e Extensão em Jornalismo, o Encontro de Coordenadores de Curso de Jornalismo, o pré-fórum e os colóquios de debates em parceria com entidades da área, além dos painéis temáticos e da assembleia geral) e os Encontros Regionais/Estaduais de Professores de Jornalismo, a cada dois anos, intercalando eventos nacionais e regionais, para não sobrepor ações, o que possibilita a participação de docentes das mais diversas regiões brasileiras.

O FNPJ também mantém parcerias e ações em conjunto com diversas outras entidades que atuam no campo da Comunicação e, particularmente, no campo jornalístico no Brasil.

DIRETORIA (GESTÃO 2010-2012)

Presidente: Sérgio Luiz Gadini (UEPG)

Vice-Presidente: Mirna Tonus (UFU)

Secretário Geral: Ricardo Mello (Unicap)

Segundo Secretário: Edson Spenthof (UFG)

Tesoureira: Sílvio Melatti (Ielusc)

Segunda Tesoureira: Sandra Freitas (PUC-MG)
Diretora Científica: Socorro Veloso (UFRN)
Vice-Diretor Científico: Marcelo Bronosky (UEPG)
Diretor Editorial e de Comunicação: Paulo Roberto Botão (Unimep)
Vice-Diretor Editorial e de Comunicação: Demétrio de Azere-
do Soster (Unisc)
Diretor de Relações Institucionais: Gerson Martins (UFMS)
Vice-Diretor de Relações Institucionais: Juliano Carvalho (Unesp)
Diretores Regionais: Cynthia Mara (UT), Norte I; Erivam de Oli-
veira (ESPM-SP), Sudeste I; Wanderley Florêncio Garcia (PUC-
Campinas), Sudeste II; Tomás Barreiros (Facinter), Sul I; Jorge Arlan
Pereira (UnoChapecó), Sul II; Samuel Lima (UnB), Centro-Oeste
I; Álvaro Fernando Ferreira Marinho (Fiavec), Centro-Oeste II
Conselho Consultivo: Antonio Francisco Magnoni (Unesp),
Boanerges Lopes (UFJF), Franklin Valverde (UniRadial), Joa-
quim Lannes (UFV), Josenildo Guerra (UFS), Leonel Azevedo
de Aguiar (PUC-RJ), Valci Zuculoto (UFSC)
Conselho Fiscal: Marcel Cheida (PUC-Campinas), Sandra de
Deus (UFRGS), Victor Gentilli (Ufes)

CONTATOS

Endereço: SCLRN 704, s/n, bloco F, loja 20, Brasília (DF), CEP
70730-536

Telefones: (61) 3244-0650 e (61) 3242-6616

Website: <http://www.fnpj.org.br>

E-mails: vice.comunicacao@fnpj.org.br (diretoria editorial e de
comunicação) e presidente@fnpj.org.br (presidência)

Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (REDE FOLKCOM)

FUNDAÇÃO

2004

HISTÓRICO

A Rede Folkcom, oficializada em 2004, nasceu a partir das conferências sobre Folkcomunicação promovidas, desde o final da década de 1990, pela Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. E a ideia de sua formação chega a ser mais antiga do que os referidos eventos. Ela surgiu em meio às discussões suscitadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, realizado pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), em 1995, que serviu como atividade preparatória para a instalação da Cátedra Unesco nas dependências daquela instituição, em São Bernardo do Campo (SP).

Coordenada pelo prof. Dr. José Marques de Melo, a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação foi realizada na Umesp, em agosto de 1998, reunindo pesquisadores que, anos depois, se articulariam para a formalização da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação.

Mas a criação oficial da Rede ocorreu, de fato, em 2004, quando de seu registro em cartório de Bertioga (SP), seguindo os critérios legais para sociedades civis sem fins lucrativos. Desde aquela ocasião, é administrada por uma diretoria executiva, por um conselho administrativo e por um conselho fiscal.

Tem sido visível sua inserção relevante em espaços da Folkcomunicação cedidos por diferentes congressos, como, por exemplo, os da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) – cujo antigo núcleo de pesquisa (NP) voltado aos estudos folkcomunicacionais teve papel basilar para a constituição de uma entidade específica – e da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic),

que têm seus atuais grupos de pesquisa e temáticos, respectivamente, coordenados por associados da Rede.

O fato de os coordenadores serem sócios da Rede estimula a produção de artigos relacionados ao tema e também favorece a aproximação entre os pesquisadores da área.

Nos últimos anos, seus trabalhos são voltados não só para unir os muitos pesquisadores do Brasil como também para estimular a adesão de interessados provenientes de outros países. Além disso, vem despertando crescente interesse pela teoria folkcomunicação, por parte dos jovens estudantes da área, mostrando-se instigante em seus objetos de pesquisa e em suas múltiplas temáticas.

Para coroar sua trajetória, a Rede Folkcom foi agraciada, em 2011, com o Prêmio Luiz Beltrão, oferecido pela Intercom, na categoria Grupo Inovador. A entrega ocorreu em setembro daquele ano, durante o 34º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Recife (PE).

CORPO SOCIAL

A Rede Folkcom reúne, em 2012, 51 sócios, sendo 27 doutores, 20 mestres e 4 graduandos.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

Realização de congressos, seminários, encontros, conferências e ciclos de estudos em Folkcomunicação, com uma abordagem interdisciplinar. Desenvolvimento e promoção de pesquisas que representam uma contribuição para o progresso da ciência, da cultura, da arte e da informação. Acordos e convênios com entidades congêneres, institutos e órgãos de fomento à pesquisa, do país e do exterior, para o intercâmbio de informações e experiências entre especialistas da Folkcomunicação. Apoio a associações que visam a objetivos semelhantes aos seus, no campo da Folkcomunicação. Edição e publicação de obras e de periódicos que abordam temas de conteúdos científicos, tecnoló-

gicos, culturais e artísticos. Planejamento e administração de cursos sobre temas científicos, tecnológicos, culturais ou artísticos relacionados à Folkcomunicação e à sua interdependência com a educação, para a informação, a formação, o aperfeiçoamento de pessoal lotado em estabelecimento de ensino. Concessão de prêmios a pesquisadores, autores, artistas e técnicos de arte, vídeos, espetáculos musicais e artes cênicas, em concursos e festivais de Folkcomunicação produzidos e realizados no Brasil.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2013)

Presidente: Marcelo Pires de Oliveira (UESC)

Vice-Presidente: Maria Érica de Oliveira Lima (UFRN)

Diretor Administrativo: Guilherme Moreira Fernandes (UFJF)

Diretora Científica: Karina Janz Woitowicz (UEPG)

Diretora Secretária: Maria Cristina Gobbi (Unesp)

Diretor Financeiro: Marcelo Sabbatini (UFRPE)

CONTATOS

Telefone: (73) 8131-2989 (presidência)

Website: <http://www.redefolkcom.org>

E-mails: cameloti@uol.com.br (presidência) e dcfolkcom@cchla.ufrn.br (vice-presidência)

Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE)

FUNDAÇÃO

1996

HISTÓRICO

A Socine foi criada em novembro de 1996, com o objetivo de promover a realização e o intercâmbio de pesquisas e estudos sobre cinema em suas mais diferentes manifestações, incentivando assim a reflexão e a troca de ideias sobre cinema e audiovisual. Hoje, conta com mais de 1.300 sócios, a grande maioria professores e alunos de pós-graduação.

Desde 1997, a Socine tem promovido encontros anuais, sediados em instituições de ensino superior das mais variadas partes do país, e, pela primeira vez, no primeiro semestre de 2011, realizou seu primeiro encontro regional, no *campus* da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).

Esses encontros se configuram, atualmente, como o espaço mais importante para a divulgação e para o debate dos mais recentes estudos e pesquisas voltados para as manifestações do fenômeno cinematográfico e para áreas afins. O encontro anual é também parte do esforço da entidade para propiciar oportunidades concretas de interação entre os pesquisadores das diferentes regiões do país. Além disso, nos últimos anos, pesquisadores de outros países têm participado dos encontros.

Já foram realizadas quinze edições do evento, com o apoio de órgãos institucionais, tais como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAV-MinC).

No caminho percorrido, desde o encontro realizado em 1997, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São

Paulo (ECA-USP), até o realizado, em 2011, na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), a Socine enfrentou uma série de desafios, desde consolidar-se como entidade e promover seus encontros – os quais, a cada ano, vêm atraindo mais e mais pesquisadores, estudantes e profissionais da área – até incorporar, em seu escopo de interesse e atuação, as pesquisas e os debates acerca da produção cultural audiovisual, indo além dos estudos sobre cinema e abrangendo, também, a televisão e as novas tecnologias de comunicação e expressão por imagens e som.

Não há dúvidas sobre a importância do papel que cabe à Socine dentro do novo panorama que se desenha, no Brasil, no campo do audiovisual, com produção crescente e com o aumento das escolas de cinema e audiovisual e da pesquisa científica na área. Trata-se de um panorama que apresenta à entidade novos desafios, e, ao enfrentá-los, a Socine continuará a contribuir para o desenvolvimento da pesquisa e da reflexão sobre cinema e audiovisual no Brasil.

A estrutura administrativa da associação está organizada por uma diretoria de quatro membros, um conselho deliberativo de dezessete membros e um conselho fiscal de três membros, todos eleitos por dois anos. A Socine conta, ainda, com um comitê científico de seis membros, que assessora a entidade na definição de suas políticas.

CORPO SOCIAL

Conforme dados de março de 2012, a Socine conta com 1.327 associados. Por titulação, esse montante é assim distribuído: 387 doutores, 269 doutorandos, 173 mestres, 285 mestrandos, 89 graduados. Por situação de trabalho, a divisão é a seguinte: 631 profissionais e 696 estudantes (independentemente do nível de formação).

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A Socine promove a difusão de pesquisas científicas sobre cinema e audiovisual. Organiza encontros anuais com debates que frutificam livros de acesso livre.

DIRETORIA

Presidente: Maria Dora Genis Mourão (ECA-USP)

Vice-Presidente: Anelise Reich Corseuil (UFSC)

Secretária: Alessandra Soares Brandão (UFSC)

Tesoureiro: Mauricio Reinaldo Gonçalves (Uniso, Senac)

CONTATOS

Endereço: Departamento de Cinema, Rádio e TV da ECA-USP,
Avenida Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universi-
tária, São Paulo (SP), CEP 05508-020

Website: <http://www.socine.org.br>

E-mail: contato@socine.org.br

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

FUNDAÇÃO

1977

HISTÓRICO

Fundada em 12 de dezembro de 1977, a Intercom é a mais antiga associação científica representante da área da Comunicação no Brasil. Sua estrutura, seu funcionamento e, principalmente, as atividades que desempenha são responsáveis pela circulação de boa parte do conhecimento produzido e acumulado em torno dos fenômenos comunicacionais.

A Intercom promove, desde 1978, na primeira semana de setembro, um evento nacional que tem reunido, nos últimos anos, mais de 3 mil congressistas de todo o país, além de convidados internacionais: trata-se do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, que, antes de 1995, havia sido denominado Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação (1989 a 1995) e Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (1978 até 1989).

Desde 1988, também são organizados congressos regionais, inicialmente denominados Simpósios de Pesquisa e Ensino em Comunicação (Sippec), responsáveis por valorizar as diversidades que constituem a identidade nacional brasileira. São cinco edições anuais (uma em cada região), realizadas sempre durante o primeiro semestre. Além disso, a entidade tem promovido colóquios binacionais – tanto no Brasil, quanto no exterior –, em parceria com associações de países como Estados Unidos, França, Portugal, Argentina, China, Canadá, Chile, Espanha, México, Itália, Grã-Bretanha e Dinamarca.

Seus grupos de pesquisa (GPs) – dos quais participam doutores, doutorandos, mestres, mestrandos e especialistas – são organizados em torno de divisões temáticas (DTs), responsáveis

também por nortear a organização dos trabalhos de iniciação científica, os quais são apresentados, nos congressos, em evento específico chamado Intercom Júnior. Atualmente, são reconhecidas oito áreas: Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Comunicação Organizacional; Comunicação Audiovisual; Comunicação Multimídia; Interfaces Comunicacionais; Comunicação, Espaço e Cidadania; e Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Como reconhecimento a trajetórias singulares e à qualidade dos trabalhos desenvolvidos por pesquisadores em fase de formação, a Intercom oferece seis prêmios, anualmente: Expocom (destinado aos melhores trabalhos experimentais elaborados por alunos de graduação), Luiz Beltrão (dividido em quatro categorias, que contemplam pesquisador sênior, jovem doutor, grupo inovador e instituição paradigmática), Vera Giangrande (oferecido aos trabalhos de iniciação científica), Lígia Averbuck (destinado a estudantes de pós-graduação lato sensu), Francisco Morel (voltado a alunos de mestrado) e Freitas Nobre (concedido a alunos de doutorado). As indicações dos trabalhos e dos candidatos ao Prêmio Luiz Beltrão são avaliadas por comissões formadas por sócios da Intercom e por representantes da comunidade acadêmica e da sociedade; a entrega das premiações é feita no congresso anual.

A entidade ainda se dedica a publicações. A cada 15 dias, sai uma edição do *Jornal Intercom*, hospedado no portal e encaminhado aos leitores via correio eletrônico. Semestralmente, ainda circulam periódicos científicos, dentre eles a *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, a primeira revista científica brasileira da área de ser incluída no sistema SciELO. Além disso, são editadas, regularmente, coleções de livros impressos e de e-books.

CORPO SOCIAL

De seu quadro social, participam doutores, mestres, especialistas e recém-graduados. Cada associado mantém vínculo com um dos GPs. A saber:

DT 1 – Jornalismo

- GP Gêneros Jornalísticos, coordenado por José Marques de Melo (Umesp).
- GP História do Jornalismo, coordenado por Aline do Amaral Garcia Strelow (UFRGS).
- GP Jornalismo Impresso, coordenado por Elza de Oliveira Filha (UP).
- GP Teoria do Jornalismo, coordenado por Felipe Pena de Oliveira (UFF).
- GP Telejornalismo, coordenado por Iluska Coutinho (UFJF).

DT 2 – Publicidade e Propaganda

- GP Publicidade e Propaganda, coordenado por Maria Lilia Dias de Castro (UFSM).

DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional

- GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, coordenado por André Quiroga Sandi (UFSM).

DT 4 – Comunicação Audiovisual

- GP Cinema, coordenado por Samuel José Holanda de Paiva (UFSCar).
- GP Ficção Seriada, coordenado por Maria Cristina Palma Mungioli (USP).
- GP Fotografia, coordenado por Dulcília Helena Schroeder Buitoni (Cáspes Líbero).
- GP Rádio e Mídia Sonora, coordenado por Nair Prata Moreira Martins (Ufop).
- GP Televisão e Vídeo, coordenado por Ana Silvia Lopes Davi Médola (Unesp).

DT 5 – Multimídia

- GP Cibercultura, coordenado por Fátima Cristina Régis Martins de Oliveira (Uerj).

- GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, coordenado por Cosette Espíndola de Castro (UCB).

DT 6 – Interfaces Comunicacionais

- GP Comunicação e Culturas Urbanas, coordenado por Rosamaria Luiza (Rose) de Melo Rocha (ESPM-SP).
- GP Comunicação e Educação, coordenado por Ademilde Silveira Sartori (Udesc).
- GP Comunicação e Esporte, coordenado por Márcio de Oliveira Guerra (UFJF).
- GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, coordenado por Isaltina Gomes (UFPE).
- GP Folkcomunicação, coordenado por Cristina Schmidt Pereira da Silva (UMC).
- GP Comunicação, Música e Entretenimento, coordenado por Micael Herschmann (UFRJ).
- GP Produção Editorial, coordenado por Ana Claudia Gruszynski (UFRGS).

DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania

- GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, coordenado por Maria Salett Tauk Santos (UFRPE).
- GP Comunicação para a Cidadania, coordenado por Cláudia Regina Lahni (UFJF).
- GP Geografias da Comunicação, coordenado por Sonia Virgínia Moreira (Uerj).
- GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, coordenado por Maria Cristina Gobbi (Unesp).

DT 8 – Estudos Interdisciplinares

- GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, coordenado por Maria Cristina Castilho Costa (USP).
- GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, coordenado por Valério Cruz Brittos (Unisinos).

- GP Políticas e Estratégias de Comunicação, coordenado por Juçara Gorski Brittes (Ufop).
- GP Semiótica da Comunicação, coordenado por Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa (PUC-SP).
- GP Teorias da Comunicação, coordenado por Osvando José de Moraes (Uniso).

Os alunos de graduação não são admitidos como sócios. No entanto, esses estudantes podem aproveitar alguns benefícios oferecidos pela associação ingressando na Rede Intercom Júnior. Por meio da rede, são concedidos descontos na compra de livros lançados pela associação e no pagamento de taxa de participação em congressos.

Com isso, a Intercom estimula o avanço das Ciências da Comunicação em vários níveis, além de incentivar a aproximação de pesquisadores e de profissionais do mercado, com a promoção de encontros destinados ao diálogo entre esses campos de atuação.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

As atividades desempenhadas pela Intercom se organizam em, pelo menos, sete frentes: 1) realização de eventos (congressos, colóquios, simpósios, seminários e o Café Intercom, destinado a lançamentos de livros de associados); 2) pesquisas (realizadas em parceria com instituições de ensino ou institutos e divulgadas pelos canais propiciados pela entidade, como os grupos de pesquisa, os quais se reúnem, anualmente, por ocasião do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação); 3) o Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação (Portcom), repositório institucional que permite o acesso gratuito a textos, *papers* apresentados em congressos, capítulos de livros, e-books e revistas científicas publicadas pela Intercom; 4) publicações (revistas e livros avulsos ou coleções); 5) cursos do Programa Intercom Jovem, que objetivam estimular alunos e profissionais da Comunicação a prosseguir com estudos de capacitação por meio de cursos, seminários e oficinas, em três linhas: formação continuada, formação avançada e

formação cidadã; 6) parcerias com instituições nacionais e internacionais, acadêmicas e ligadas diretamente ao mercado da comunicação e da mídia; e 7) premiações.

DIRETORIA

Presidente: Antonio Carlos Hohlfeldt (PUCRS)

Vice-Presidente: Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)

Diretor Financeiro: Fernando Ferreira de Almeida (Umesp)

Diretor Administrativo: José Carlos Marques (Unesp)

Diretora Científica: Raquel Paiva (UFRJ)

Diretora Cultural: Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (UFPR)

Diretor Editorial: Osvando José de Moraes (Uniso)

Diretora de Documentação: Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)

Diretor de Projetos: Adolpho Carlos Françoso Queiroz (Mackenzie)

Diretora de Relações Internacionais: Sonia Virgínia Moreira (Uerj)

Diretora Regional Norte: Maria Ataíde Malcher (UFPA)

Diretor Regional Nordeste: Moacir Barbosa de Sousa (UFRN)

Diretora Regional Centro-Oeste: Ana Carolina Rocha Pessôa Temer (UFG)

Diretora Regional Sudeste: Iluska Coutinho (UFJF)

Diretora Regional Sul: Paula Regina Puhl (Feevale)

CONTATOS

Endereços:

Intercom Pinheiros (sede): Rua Joaquim Antunes, 705, Pinheiros, São Paulo (SP), CEP 05415-012

Intercom Brigadeiro: Avenida Brigadeiro Luís Antonio, 2050, conjunto 36/38, Bela Vista, São Paulo (SP), CEP 01318-002

Telefones:

Intercom Pinheiros: (11) 3596-4747 e (11) 2574-8477

Intercom Brigadeiro: (11) 3892-7558

Website: <http://www.portalintercom.org.br>

E-mails: secretaria@intercom.org.br (atendimento aos sócios e aos de demais interessados), congressos.regionais@intercom.org.br (congressos regionais), congressos@intercom.org.br (congressos nacionais), expocom@intercom.org.br (Prêmio Expocom), intercomjr@intercom.org.br (Intercom Júnior), jornal@intercom.org.br (Jornal Intercom) e cursos@intercom.org.br (cursos na Intercom Brigadeiro)

Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (POLITICOM)

FUNDAÇÃO

2002

HISTÓRICO

A história da Politicom tem início em 2002, quando a Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), por intermédio da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento regional, promoveu o I Seminário Brasileiro de Marketing Político. O principal objetivo era fomentar e garantir maior visibilidade a uma temática bastante contemporânea na sociedade democrática brasileira.

Reunindo pesquisadores e profissionais da área, o evento organizado e gerenciado pelo prof. Dr. Adolpho Queiroz permitiu uma nova vertente interpretativa dos estudos de comunicação política, integrando o ambiente acadêmico com a práxis do mercado. Depois da primeira edição, o evento se tornou anual, sendo estruturado em formato de congresso, envolvendo artigos científicos de pesquisadores do Brasil e do exterior, bem como incorporando relatos de consultoria em comunicação política.

A Politicom conseguiu crescer gradativa e sustentavelmente, culminando, no ano de 2008, na formação da primeira diretoria da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político.

Depois de uma década sendo desenvolvido no Estado de São Paulo, o Congresso Brasileiro de Marketing Político inicia um circuito de debates em outros Estados da Federação. A cidade escolhida para servir como anfitriã do evento de 2012, unida com o gerenciamento do comitê organizador da Universidade Federal do Paraná (UFPR), presidido pela profa. Dra. Luciana Panke, foi Curitiba.

Com uma nova diretoria eleita no evento de 2011, nas dependên-

cias da Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo (SP), o principal objetivo da entidade é, agora, ampliar nacionalmente e internacionalmente o debate da temática de comunicação política e estimular novas redes de contato com demais grupos de pesquisadores e profissionais de áreas correlatas.

Segundo o atual presidente da entidade, prof. Dr. Roberto Gondo Macedo, “é momento de promover novas estratégias para permitir cooperações com demais grupos de pesquisa, em território nacional e internacional, fomentando novos parâmetros que fortaleçam cada dia mais a soberania democrática do século XXI”.

CORPO SOCIAL

O corpo social da entidade congrega pesquisadores e profissionais das áreas de comunicação e marketing político.

ATIVIDADES DESEMPENHADAS

A Politicom realiza um congresso anual e estimula publicação de livros (impressos e digitais). Mantém, ainda, a *Revista Politicom*, em versão impressa.

DIRETORIA (GESTÃO 2011-2014)

Presidente: Roberto Gondo Macedo (Mackenzie)

Vice-Presidente: Luciana Panke (UFPR)

Diretor Financeiro: Paulo Cezar Rosa (Umesp)

Diretora Editorial: Daniela Rocha (Umesp)

Diretor Científico: Luiz Ademir (UFSJ)

Diretora de Planejamento: Gil Castilho (Abcop)

Diretor Internacional: Carlos Manhanelli (Abcop)

Diretor de Documentação e Tecnologia: Victor Kraide (PUC-Campinas)

CONTATOS

Website: <http://www.politicom.com.br>

E-mails: roberto.macedo@mackenzie.br (presidência), lupanke@ufpr.br (vice-presidência), financeiro@politicom.com.br (filiação e financeiro), comunicacao@politicom.com.br (assessoria de comunicação)



PARTE 2
PERIÓDICOS ACADÊMICOS





BJR – Brazilian Journalism Research

PUBLICAÇÃO DA SBPJOR

ISSN 1981-9854

PERFIL

Lançada em 2005, a *BJR* tem periodicidade bianual e circulação bilingue (português e inglês). Seu objetivo, seguindo as diretrizes estatutárias da SBPJor, é atuar na promoção de estudos interdisciplinares avançados no campo do jornalismo.

O propósito da *Brazilian Journalism Research* é constituir-se como um periódico acadêmico capaz de apresentar, na forma de artigos científicos, resultados de pesquisas e estimular debates sobre questões teórico-metodológicas da pesquisa em jornalismo, ao mesmo tempo em que se propõe a contribuir para a criação e para o fortalecimento de uma rede de pesquisadores em jornalismo em nível nacional e internacional, tendo por base os grupos de pesquisa atuantes no Brasil.

A revista oferece acesso livre ao seu conteúdo, pela internet, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente a produção científica ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.

Sua política editorial também prevê que as contribuições devem ser originais e inéditas, ou seja, os materiais não devem ter sido publicados anteriormente e não podem estar em processo de avaliação por outra revista. Casos específicos, que fogem à regra, precisam ser justificados.

Os direitos autorais dos textos publicados são de propriedade dos autores, com direitos de primeira publicação para o periódico.

Em virtude de aparecerem numa revista de acesso público, os artigos devem ser utilizados para fins educacionais e não comerciais.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://bjr.sbpjor.org.br>

Bibliocom

PUBLICAÇÃO DA INTERCOM

ISSN 1984-7122

PERFIL

Mais recente dentre os períodos publicados pela Intercom, a *Bibliocom* é identificada como “revista de divulgação, análise e crítica da produção bibliográfica, hemerográfica e reprográfica em Ciências da Comunicação”. Foi idealizada e criada pelo prof. Dr. José Marques de Melo, presidente de honra da entidade, no final de 2008. Em 2012, sua edição foi assumida pela profa. Dra. Angela Schaun, da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

A publicação nasceu para fomentar a difusão da produção intelectual da área que recebe respaldo de editoras brasileiras ou de selos forâneos, mas que se dedicam a pensar fenômenos comunicacionais que tenham relação com o Brasil.

Seu principal papel, portanto, é o de servir como tribuna para leituras críticas de produções em Ciências da Comunicação que circulam pelo mercado editorial. Por isso mesmo, não aceita resenhas de publicações enquadradas no universo da “literatura cinzenta” – teses, papers, apostilas e similares –, assim como não considera resenhas de artigos isolados publicados em periódicos. Por outro lado, acolhe com bom grado reflexões sobre e-books, e-journals e similares.

As obras a serem resenhadas devem abranger as seguintes áreas temáticas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Comunicação Audiovisual, Comunicação Multimídia, Interfaces Comunicacionais, Comunicação, Espaço e Cidadania, Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/bibliocom>

E-Compós

PUBLICAÇÃO DA COMPÓS

ISSN 1808-2599

PERFIL

A revista *E-Compós* se estrutura em torno dos seguintes objetivos:

- 1) abordar questões conceituais e metodológicas, bem como os desenvolvimentos da pesquisa, aplicada ou teórica, na área de Comunicação;
- 2) difundir a produção científica de pesquisadores inseridos em instituições de pós-graduação de diferentes regiões do país e do exterior;
- 3) propiciar um espaço para o debate teórico acerca de áreas de enfoques específicos.

Oferece acesso livre ao seu conteúdo e é aberta a professores e pesquisadores doutores ou doutorandos em Comunicação e em áreas conexas. Submissões de mestres ou de mestrandos, bem como de graduados, são avaliadas desde que em coautoria.

Todos os artigos apresentados à *E-Compós* são submetidos à apreciação de dois pareceristas. Havendo pareceres contrários, os artigos são encaminhados a um terceiro.

Em caso de necessidade, a comissão editorial envia artigos específicos para parecerista *ad hoc*, não integrante de seus conselhos, com titulação mínima de doutor e reconhecida experiência na área em que se insere o texto a ser avaliado.

Alguns trabalhos publicados resultam de convites a especialistas de notória competência ou procedem de eventos científicos da área, sempre avaliados criteriosamente pelos editores.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.e-compos.org.br>

Iniciacom – Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação

PUBLICAÇÃO DA INTERCOM

ISSN 1980-3494

PERFIL

Iniciacom é um periódico semestral de difusão do conhecimento produzido pela Rede Intercom Júnior, editado somente em formato eletrônico. Destina-se à publicação de trabalhos de estudantes de graduação que participam de projetos de iniciação científica em Comunicação Social.

As primeiras edições reuniram trabalhos selecionados dentre os apresentados em dois eventos dos congressos da Intercom, em 2005 e em 2006: Jornada Vera Giangrande e Intercom Júnior. Posteriormente, passou a receber colaborações submetidas à apreciação do conselho editorial.

Seu foco são estudos sobre fenômenos comunicacionais, os quais também pressupõem análises interdisciplinares. Aceita artigos em coautoria – no mínimo, dupla – de aluno de graduação e de orientador. Independentemente do número de autores, um deles deve de ser, necessariamente, o professor responsável pelo trabalho.

Resenhas e notícias podem ser de autoria individual, tanto de alunos como de professores, e os temas devem cobrir invariavelmente a área de Comunicação.

A avaliação dos textos é feita por um grupo de especialistas de notório saber nas áreas temáticas. E além dos originais por eles avaliados, o comitê editorial também seleciona, para publicação, os melhores trabalhos apresentados no Intercom Júnior, ocorrido durante os congressos anuais da Intercom.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/iniciacom>

Inovcom – Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação

PUBLICAÇÃO DA INTERCOM

ISSN 1980-3486

PERFIL

A *Inovcom*, cujo primeiro número foi disponibilizado em 2006, se oferece como plataforma para divulgação de pesquisas que contenham resultados inovadores ou que focalizem alternativas comunicacionais e midiáticas.

Visa, também, atender à demanda dos egressos dos cursos de graduação e dos estudantes de cursos pós-graduação *lato sensu* em Comunicação, bem como dos jovens profissionais atuantes no mercado de trabalho.

A ideia é incentivar os que se dedicam a sistematizar o conhecimento midiático e a explorar novos gêneros e formatos, bem como a refletir criticamente sobre as profissões midiáticas, contribuindo para a melhoria da qualidade da comunicação brasileira.

O periódico está aberto a quantos pretendam oferecer contribuições para superar o “gueto acadêmico”, ampliando as pontes da cooperação entre a academia e o mercado, por meio das empresas midiáticas e das associações profissionais da área.

A avaliação de artigos submetidos via sistema online envolve parecer de um ou dois especialistas *ad hoc* e dos membros do comitê editorial, sendo esse último grupo o único responsável pelo processo de escolha de resenhas e de notícias.

O comitê também seleciona, para publicação na revista, alguns trabalhos apresentados nos congressos anuais da Intercom.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/inovcom>

Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

PUBLICAÇÃO DA INTERCOM

ISSN 1980-3508

PERFIL

Revista criada em 1978, como *Boletim Intercom*, transformado, em 1983, em *Caderno Intercom*. Somente em seu número 51, no ano de 1984, é que começou a ser editada como revista científica – *Revista Brasileira de Comunicação* –, privilegiando artigos e resenhas e contribuindo para a difusão do conhecimento sobre a comunicação.

Ao assumir o título de revista, passou a ser semestral, mas manteve a numeração somada desde o boletim. Em 1992, começou nova contagem, para atender às exigências acadêmicas.

Nova denominação lhe foi atribuída em 1998, marcando uma postura cada vez mais científica. Naquele ano, foi batizada como *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* (também identificada pela sigla *RBCC*).

Com isso, teve forma e escopo adequados a um periódico de sua natureza, conquistando reconhecimento nacional, com o Qualis B1, conferido, atualmente, pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Seu conteúdo é preenchido, na maior parte, por artigos científicos, respeitando a interdisciplinaridade e a abrangência temática características da área do conhecimento em que está inserida.

É o periódico acadêmico mais antigo da área de Comunicação Social do Brasil e, talvez, da América Latina, possuindo ampla circulação no país e no exterior. Em 2011, tornou-se a única revista específica da área a ter sido indexada pela Coleção SciELO (Scientific Electronic Library Online).

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/revistaintercom>

Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

PUBLICAÇÃO DA ABRAPCORP

ISSN 1807-1236

PERFIL

Organicom foi lançada em 2004, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É mantida em parceria entre o seu Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, o curso de especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Gestcorp) e a Abrapcorp.

Seus objetivos estão assim definidos:

- ser um instrumento de colaboração, debate e integração entre o campo acadêmico e o mercado profissional da comunicação, promovendo a compreensão de que a produção científica surge da observação e que pretende compreender a realidade;
- dotar os profissionais dos instrumentos necessários para a crescente eficiência da comunicação nas organizações;
- promover a interação de pesquisadores e cientistas com as principais questões de aplicação prática e as reais dificuldades enfrentadas no cotidiano organizacional;
- difundir a importância dos estudos e de sua aplicação para que atividades de comunicação sejam vistas como estratégicas;
- colaborar para o avanço científico e técnico dos estudos de Comunicação, trazendo novos pensamentos e contribuições acadêmicas e aplicadas para as áreas de relações públicas e comunicação organizacional;
- promover apoio institucional para investimentos em pesquisa e capacitação, visando a uma melhor formação humana.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.eca.usp.br/organicom>

RBHM – Revista Brasileira de História da Mídia

PUBLICAÇÃO DA ALCAR

PERFIL

A *RBHM* é uma publicação em formato eletrônico, com periodicidade semestral. Lançada em 2011 (com primeira edição datada de janeiro-junho de 2012), tem como objetivo principal divulgar pesquisas que enfoquem a relação mídia e história, de modo a incentivar a pesquisa nessa área do conhecimento.

Publica a produção acadêmica de pesquisadores das áreas da Comunicação, da História e de outras, visando sempre aprimorar as discussões em torno de questões históricas dos meios de comunicação em geral.

Também é sua proposta publicar, a cada edição, além de artigos, resenhas e entrevistas produzidos por doutores, *papers* de autoria de estudantes de pós-graduação e, ainda, um trabalho produzido por aluno de graduação, sob orientação de um professor-pesquisador da área.

Sua comissão editorial é composta por 24 consultores, atuantes em seis países (Brasil, Portugal, Equador, Argentina, França e Austrália).

O número inaugural da *Revista Brasileira de História da Mídia* recebeu patrocínio da Fundação Araucária, órgão de apoio ao desenvolvimento científico e tecnológico mantido pelo governo do Paraná.

No editorial da edição 1, a profa. Dra. Marialva Barbosa, ex-presidente da associação, afirmou que “a publicação do primeiro número da *Revista Brasileira de História da Mídia* estabelece-se como marco na história da conformação de um campo acadêmico de estudos e de início de uma maturidade, que sabemos será duradoura, da Alcar”.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.unicentro.br/rbhmfraff>

Rebeca – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual

PUBLICAÇÃO DA SOCINE

PERFIL

Rebeca foi criada em 2011 – sendo que seu primeiro número deve sair em 2012 –, para ser mais um espaço destinado às reflexões e à troca de ideias, visando à publicação de trabalhos não apenas acadêmicos, mas também de cunho cultural abrangente, criativo e que possibilite dar visibilidade a questões relevantes, sobre cinema e audiovisual, em contextos socioculturais dinâmicos.

A principal motivação que levou a Socine a esse novo projeto são as mudanças que se apresentam neste século 21 e a consequente necessidade de intensificar os debates teórico-críticos.

Não por menos, em sua primeira chamada de artigos para a seção “dossiê”, a revista procurou abordar questões relevantes sobre a primeira década do século, na intenção de receber trabalhos sobre a condição do cinema e do audiovisual nesse período, dedicados ao cinema brasileiro e também a outras cinematografias.

A revista conta, também, com outras quatro seções: “temáticas livres” – artigos que não têm relação com o dossiê –; “entrevistas”; “resenhas e traduções” – resenhas de livros e de outras publicações da área, filmes ou filmografias, ampliando para obras audiovisuais de outros formatos como televisão, sites e/ou novas mídias e/ou eventos, além da tradução de artigo significativo já publicado, mas inédito no Brasil –; e “fora de quadro” – espaço livre voltado para a publicação de trabalhos com forma de expressão e formato que não sejam pré-definidos.

Os espaços “dossiê”, “temática livre”, “resenhas” e “fora de quadro” aceitam submissão de trabalhos. Já as “entrevistas” e as “traduções” são elaboradas a critério dos editores de *Rebeca*.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.socine.org.br/rebeca>

Rebej – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo

PUBLICAÇÃO DO FNPJ

ISSN 1981-4542

PERFIL

Priorizando a difusão de conhecimentos produzidos por professores-pesquisadores atuantes em cursos de jornalismo, a *Rebej* se propõe, em cada edição, a reunir textos, por afinidade temática, destinados às seções de artigos, comunicações e resenhas.

Seu objetivo é divulgar e promover perspectivas críticas fundamentadas em áreas interdisciplinares do ensino de jornalismo, tais como jornalismo e educação, jornalismo e políticas públicas, jornalismo e tecnologias ou jornalismo e linguagem.

O texto de apresentação de seu primeiro número, publicado em 2007, traz a seguinte consideração: “Lançar a *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo* é um grande desafio. Diante da adversidade por que passa a profissão, a *Rebej*, que será quadrimestral, tem a finalidade de refletir, discutir e propor alternativas para o cenário do ensino jornalístico da atualidade. Nossa proposta é estabelecer uma ponte entre a pesquisa e as ações de ensino teórico e laboratorial, levando a uma práxis ética e responsável na atuação profissional. Assim, teoria e prática poderão construir um novo caminho para o Jornalismo”.

A revista conta com um grupo de especialistas da área, responsável pelo processo de seleção de artigos. A aceitação ou a recusa dos originais apresentados são sempre decisões colegiadas, tendo como base os pareceres dos leitores avaliadores.

Rebej aceita permuta com outras publicações similares (links, resumos e/ou textos completos) e recebe livros, artigos e revistas enviados para resenhas ou notas bibliográficas.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.fnpj.org.br/rebej>

Revista Internacional de Folkcomunicação

PUBLICAÇÃO DA REDE FOLKCOM

ISSN 1807-4960

PERFIL

A Revista Internacional de Folkcomunicação é um espaço editorial para divulgação de trabalhos, reflexões e pesquisas em torno da Folkcomunicação – com base na perspectiva conceitual de Luiz Beltrão –, enfocando aspectos interdisciplinares, propostas e estratégias metodológicas de estudos afins ou resultados de investigações folkcomunicacionais.

É editada pela Rede Folkcom, em parceria com a Agência de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e apoio institucional da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.

Os objetivos que a norteiam são:

- a) difundir a produção científica em Folkcomunicação;
- b) incentivar a produção nessa subárea de Comunicação;
- c) propiciar conhecimento sobre o assunto para professores, pesquisadores e estudantes de Comunicação;

A publicação aceita contribuições que se enquadram nas seguintes modalidades: artigo; ensaio; entrevista; relato de pesquisa; resenha; ensaio fotográfico; discografia folkcom. Todos os trabalhos submetidos para avaliação devem ser inéditos.

Sua periodicidade é semestral e suas edições são disponibilizadas nos meses de junho e novembro.

DIRETRIZES E SUBMISSÃO

<http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom>





PARTE 3
CALENDÁRIO DE EVENTOS





Calendário 2012

SOCICOM

Seminário Ipea/Socicom

Quando: 19 de janeiro de 2012

Onde: Ipea, Brasília (DF)

Objetivo: avaliar resultados preliminares dos estudos realizados pelos bolsistas da instituição, com a finalidade de compor o *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*

Coordenador: Daniel Castro

4º Seminário de Integração Institucional

Quando: 22 de março de 2012

Onde: Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo (SP)

Temário: 1) Perspectivas da televisão universitária brasileira em tempos digitais; 2) *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*

Coordenadoras: Anita Simis e Ana Silvia Médola

Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil

Quando: 23 de março de 2012

Onde: Escritório da Presidência da República, São Paulo (SP)

Objetivo: lançamento do anuário *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*

Coordenador: Daniel Castro

1º Fórum Integrado das Ciências da Comunicação no Espaço Ibero-Americano

Quando: 11 a 13 de abril de 2012

Onde: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), Quito, Equador

Objetivo: reunir dirigentes de sociedades nacionais e internacionais para avaliar as diretrizes traçadas pelo 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (1º Confibercom) e para a definição de políticas públicas para o campo da Comunicação

Coordenadores: Margarida M. Krohling Kunsch e Fernando Checa

Reunião do Conselho Deliberativo da Socicom

Quando: 3 de setembro de 2012

Onde: Universidade de Fortaleza (Unifor), Fortaleza (CE)

Objetivo: eleger a diretoria da Socicom para o biênio 2012-2014

Coordenadora: Anita Simis

ABCIBER

6º Simpósio Nacional ABCiber

Quando: 6 a 8 de novembro de 2012

Onde: Universidade Feevale, Novo Hamburgo (RS)

Informações em: <http://abciber.org>

ABJC

11º Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico

Quando: 24 a 26 de outubro de 2012

Onde: Centro de Convenções Rebouças (CCR), São Paulo (SP)

Informações em: <http://www.abjc.org.br>

ABP2

**3º Encontro Nacional de Pesquisadores
em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq PP)**

Quando: 24 e 25 de maio de 2012

Onde: Universidade de São Paulo (USP), São Paulo (SP)

Informações em: <http://www.eca.usp.br/propesq>

ABRAPCORP

**6º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação
Organizacional e de Relações Públicas**

Quando: 26 a 28 de abril de 2012

Onde: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), São Luís (MA)

Informações em: <http://www.abrapcorp.org.br>

ALCAR

4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia

Quando: 14 e 15 de maio de 2012

Onde: Universidade Federal do Pampa (Unipampa), São Borja (RS)

Informações em: <http://www.alcarrs2012.com.br>

2º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia

Quando: 31 de maio e 1º de junho de 2012

Onde: Universidade Vila Velha (UVV), Vila Velha (ES)

Informações em: <http://www.historiadamidia2012.blogspot.com>

2º Encontro Nordeste de História da Mídia

Quando: 7 e 8 de junho de 2012

Onde: Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina (PI)

Informações em: <http://www.historiadamidia2012.com.br>

COMPÓS

21º Encontro Anual da Compós

Quando: 12 a 15 de junho de 2012

Onde: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora (MG)

Informações em: <http://www.compos.org.br>

FNPJ

14º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

Quando: 27 a 30 de abril de 2012

Onde: Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Uberlândia (MG)

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

FORCINE

8º Congresso Forcine

Quando: 29 a 31 de março de 2012

Onde: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro (RJ)

Informações em: <http://forcine.org.br>

INTERCOM

Homenagem a Jorge Fernández

Quando: 20 de janeiro de 2012

Onde: Intercom Brigadeiro, São Paulo (SP)

Objetivo: ato alusivo ao centenário do equatoriano Jorge Fernández, fundador da corrente de estudos sobre o pensamento comunicacional latino-americano

Coordenador: José Marques de Melo

11º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte

Quando: 17 a 19 de maio de 2012

Onde: Universidade Federal do Tocantins (UFT), Palmas (TO)

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

13º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul

Quando: 31 de maio a 2 de junho de 2012

Onde: Universidade Comunitária Regional de Chapecó (Unochapecó), Chapecó (SC)

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

14º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste

Quando: 7 a 9 de junho de 2012

Onde: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande (MS)

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

14º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste

Quando: 14 a 16 de junho de 2012

Onde: Faculdade Boa Viagem (FBV), Recife (PE)

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

17º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

Quando: 28 a 30 de junho de 2012

Onde: Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop), Ouro Preto (MG)

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

5º Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação

Quando: 7 e 8 de agosto de 2012

Onde: Universidade DePaul, Chicago, Illinois, EUA
Informações em: <http://www.portalintercom.org.br>

35º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Quando: 2 a 6 de setembro de 2012

Onde: Universidade de Fortaleza (Unifor), Fortaleza (CE)

Informações em: <http://www.unifor.br/intercom2012>

7º Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação (Sinacom)

Quando: 12 de dezembro de 2012

Onde: Intercom Pinheiros, São Paulo (SP)

Informações em: www.portalintercom.org.br

POLITICOM

11º Congresso Brasileiro de Marketing Político

Quando: 24 a 26 de outubro de 2012

Onde: Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba (PR)

Informações em: <http://www.politicom.com.br>

REDE FOLKCOM

15ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação

Quando: 6 a 8 de junho de 2012

Onde: Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Campina Grande (PB)

Informações em: <http://www.redefolkcom.org>

SBPJOR

10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

Quando: 8 a 10 de novembro de 2012

Onde: Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), Curitiba (PR)

Informações em: <http://www.sbpjor.org.br>

Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo 2012

Inscrições abertas entre 1º de junho e 10 agosto de 2012

Onde: Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), Curitiba (PR), durante o 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

Informações e regulamento em: <http://www.sbpjor.org.br>

Coordenador: Leonel Aguiar (premiodelmo@yahoo.com.br)

SOCINE

16º Encontro Socine

Quando: 8 a 11 de outubro de 2012

Onde: Centro Universitário Senac, *campus* Santo Amaro, São Paulo (SP)

Informações em: <http://www.socine.org.br>

ULEPICC-BR

4º Encontro Nacional da Ulepicc-BR

Quando: 9 a 11 de outubro de 2012

Onde: Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro (RJ)

Informações em: <http://www.ulepicc.org.br>

Calendário 2013

SOCICOM

5º Seminário de Integração Institucional

Quando: março de 2013

Onde: Espaço da Comunicação (centro cultural da Intercom)

Informações em: <http://www.socicom.org.br>

ALCAR

9º Encontro Nacional de História da Mídia

Quando: 29 a 31 de maio de 2013 (a confirmar)

Onde: Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop), Ouro Preto (MG)

Informações: <http://paginas.ufrgs.br/alcar>

FNPJ

6º Encontro Paulista de Professores de Jornalismo

Onde: local a definir

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

6º Encontro Mineiro de Professores de Jornalismo

Onde: local a definir

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

6º Encontro Rio/Espírito Santo de Professores de Jornalismo

Onde: local a definir

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

2º Encontro Gaúcho de Professores de Jornalismo

Onde: Univates, Lajeado (RS)

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

2º Fórum Sul-Brasileiro de Ensino de Jornalismo

5º Encontro Paranaense de Professores de Jornalismo

Onde: local a definir

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

1º Encontro Nordeste de Ensino de Jornalismo

Onde: Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb),
Vitória da Conquista (BA)

Quando: abril de 2013

Informações em: <http://www.fnpj.org.br>

INTERCOM

12º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte

Onde: local a definir

Quando: entre maio e junho de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir
de janeiro de 2013)

14º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul

Onde: Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Santa Cruz
do Sul (RS)

Quando: entre maio e junho de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir
de janeiro de 2013)

15º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste

Onde: Universidade de Rio Verde (Fesurv), Rio Verde (GO)

Quando: entre maio e junho de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir
de janeiro de 2013)

15º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste

Onde: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (Uern), Mossoró (RN)

Quando: entre maio e junho de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir de janeiro de 2013)

17º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

Onde: Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru (SP)

Quando: entre maio e junho de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir de janeiro de 2013)

36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Onde: Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus (AM)

Quando: setembro de 2013

Informações em: <http://www.portalintercom.org.br> (a partir de janeiro de 2013)

POLITICOM

12º Congresso Brasileiro de Marketing Político

Quando: 17 e 18 de outubro de 2013

Onde: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora (MG)

Informações: <http://www.politicom.com.br>

SBPJOR

11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

Quando: novembro de 2013

Onde: local a definir

Informações em: <http://www.sbpjor.org.br>

SOCINE

17º Encontro Socine

Quando: outubro de 2013

Onde: Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul)

Informações em: <http://www.socine.org.br>



PARTE 4
MEMÓRIA INSTITUCIONAL





Histórico da Socicom

Ana Silvia Lopes Davi Médola

VICE-PRESIDENTE DA SOCICOM

INTRODUÇÃO

A Socicom tem uma existência de pouco mais de três anos, um período muito curto, mas com registro de ações relevantes para a Comunicação no Brasil. Entre os mais significativos, destaca-se o fato de congregar praticamente todas as associações científicas e acadêmicas ligadas aos fenômenos comunicacionais, em torno de objetivos comuns, voltados ao crescimento e ao fortalecimento da área.

A força decorrente da participação de suas afiliadas levou-a a firmar um convênio inédito com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea) para a elaboração do primeiro estudo quantitativo e qualitativo destinado a traçar um panorama brasileiro da comunicação. Trata-se de um marco cujo propósito foi o de identificar as tendências da comunicação brasileira na primeira década do século XXI, a partir do inventário do estado atual do conhecimento, em comparação com os indicadores nacionais e mundiais da economia, da sociedade e da cultura. O projeto se materializou no *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* (edições 2010 e 2011-2012), que procura oferecer informações de qualidade para subsidiar o desenvolvimento de políticas públicas para a comunicação no país.

Outra ação relevante e que deve permanecer em uma visão diacrônica dos primórdios de uma história que ainda está sendo construída foi a organização do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, realizado pela Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom) – da qual a Socicom é instituição fundadora –, de 31 de julho a 4 de agosto de 2011, em São Paulo (SP).

Tais projetos são os resultados mais evidentes de uma trajetória marcada por ações estratégicas e articuladas que culminaram na constituição da federação, conforme detalharemos aqui.

CONJUNTURAS PRÉVIAS

Em uma perspectiva mais ampliada, podemos considerar a fundação da Socicom como o desdobramento de dois processos históricos simultâneos no campo da comunicação, sendo um no circuito ibero-americano e o outro em âmbito nacional.

Internamente, o expressivo crescimento da área de comunicação no país, nas últimas décadas, evidenciado pela contínua expansão dos cursos de graduação e de pós-graduação, contabilizando, em 2008 – ano de fundação da Socicom –, cerca de 200 mil alunos, distribuídos em mais de 700 cursos de graduação e, no caso da pós-graduação *stricto sensu*, em 35 programas de mestrado e/ou doutorado credenciados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (Capes). Além disso, o surgimento e a atuação das associações científicas e acadêmicas, desde os anos 1970, contribuíram para a consolidação das Ciências da Comunicação como área científica.

Nesse contexto, foram criadas as condições para a fundação de uma entidade com o propósito de organizar o debate sobre o desenvolvimento científico e tecnológico da Comunicação, focalizando os problemas comuns, ampliando o conhecimento mútuo e a cooperação entre as diversas entidades da área.

Já no contexto internacional, a fundação da Socicom se apresentou com a perspectiva de integrar o Brasil ao movimento de criação da Confibercom, entidade fundada para desenvolver ações estratégicas capazes de promover o reconhecimento e a valorização da produção científica ibero-americana perante a comunidade mundial, conforme os termos do Protocolo de Guadalajara. Firmado em 23 de novembro de 2007, por 10 entidades do campo comunicacional ibero-americano, reunidas no México, durante o X Encontro Ibero-americano de Comunicação (Ibercom), o protocolo respaldou a criação de uma confederação ibero-americana que reunisse associações representativas.

A fundação da Confibercom foi formalizada em abril de 2009, com a adesão de doze entidades, sendo oito nacionais – Socicom (Brasil), Amic (México), Fadeccos (Argentina), Aboic (Bolívia), Invecom (Venezuela), Apeic (Peru), Sopcom (Portu-

gal) e AE-IC (Espanha) – e quatro megarregionais – Alaic, Felafacs, Assibercom, Lusocom.

A articulação entre esses dois processos nas esferas nacional e internacional, que culminaram com a fundação da Socicom, coube a José Marques de Melo, agente aglutinador nos fóruns de debates e nas iniciativas voltadas a organizar as representações institucionais. A Socicom foi criada, como se pode observar, para fomentar iniciativas de estímulo à cooperação entre instituições congêneres e de áreas conexas, do país e do exterior.

FUNDAÇÃO

O primeiro passo para a constituição da Socicom foi a realização do Fórum das Sociedades Científicas de Comunicação (I Socicom), ocorrido entre 31 de agosto e 1º de setembro de 2007, no *campus* da Universidade Santa Cecília (Unisantia), em Santos (SP), durante o congresso anual da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Na ocasião, entidades científicas e acadêmicas da área formaram uma comissão para encaminhar os trabalhos que objetivavam criar uma nova federação, o que ocorreu um ano depois, no dia 2 de setembro de 2008, em Natal (RN).

A assembleia de aprovação do estatuto de fundação da Socicom teve a participação da Intercom, representada pelo prof. Dr. José Marques de Melo; da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), representada pela profa. Dra. Ana Silvia Médola; da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), representada pela profa. Dra. Margarida M. Krohling Kunsch; do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPIJ), representado pelo prof. Dr. Gerson Luiz Martins; da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), representada pelo prof. Dr. Elias Machado Gonçalves; do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR), representada pelo prof. Dr. César Bolaño; da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (AB-

Ciber), representada pelo prof. Dr. Eugênio Rondini Trivinho; da Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia (Alcar), representada pela profa. Dra. Marialva Barbosa; da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom), representada pela profa. Dra. Betania Maciel; e da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), representada pelo prof. Dr. Adolpho Queiroz. Embora impossibilitados de enviar representantes, o Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine) e a Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine) também são consideradas entidades fundadoras.

A Socicom nasceu, portanto, com grande representatividade e com o objetivo primeiro de criar as condições de diálogo entre as entidades da área, constituindo-se em um espaço para o debate constante sobre desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da Comunicação.

Em sua estrutura de funcionamento, a federação é constituída por um conselho deliberativo e por uma diretoria executiva. A primeira diretoria da Socicom foi eleita já na assembleia de fundação, com a incumbência de regularizar o registro da entidade, criando as condições legais para a instalação do conselho deliberativo, o que ocorreu em 1º de dezembro de 2008.

A primeira diretoria foi composta pelos professores José Marques de Melo (presidente), Ana Silvia Médola (vice-presidente), Margarida M. Krohling Kunsch (diretora de relações internacionais), Elias Machado Gonçalves (diretor de relações nacionais) e Anita Simis (diretora administrativa).

Da reunião de instalação do conselho deliberativo, na sede da federação, em São Paulo, participaram todos os membros da diretoria da Socicom, além dos seguintes representantes das entidades filiadas: Adolpho Queiroz (Intercom), Vera França (Compós), César Bolaño (Uleppic-BR), Eugênio Trivinho (ABCiber), Gisely Coelho Hime (Alcar) e Betania Maciel (Rede Folkcom).

Nessa primeira reunião ordinária, César Bolaño foi eleito presidente do conselho deliberativo, e também foi aprovado o plano de metas apresentado pela diretoria para o biênio 2009-2010. Em linhas gerais, o plano previa a estruturação da entidade, a

consolidação das vias de diálogo entre os dirigentes das associações filiadas e segmentos da sociedade e a divulgação das atividades da federação e do pensamento comunicacional brasileiro.

RESULTADOS

Os primeiros resultados puderam ser observados e divulgados no site www.socicom.org.br, criado justamente com o objetivo de concentrar informações sobre a Socicom.

Também é visível a concretização do plano de metas nos seminários de integração realizados anualmente, desde 2009. Em março daquele ano, foi realizado o I Seminário de Integração Institucional, na Universidade Estadual Paulista (Unesp), em São Paulo, reunindo os dirigentes das associações filiadas, com o propósito de estreitar as relações entre as entidades. A intensificação do conhecimento mútuo entre as associações favoreceu a identificação de problemas comuns e a consequente busca por soluções.

No II Seminário, realizado em 2010, na Universidade de São Paulo (USP), a ênfase dos trabalhos esteve concentrada nas iniciativas para fortalecer e consolidar as Ciências da Comunicação no sistema nacional de ciência e tecnologia. Nesse sentido, um dos pontos de convergência referiu-se à necessidade de constituição de uma base de dados com informações atualizadas sobre a área no país, capaz de centralizar os dados de diferentes fontes, de modo a subsidiar a instalação de um observatório de políticas públicas de comunicação.

O último evento, realizado em 2011, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), buscou discutir as contribuições que a comunidade acadêmica pode oferecer ao Estado e à sociedade civil. Os debates foram sustentados por representantes de duas instituições – o Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa (Confap) e a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) – convidadas a participar do seminário.

A ideia de produzir uma base de informações sobre o setor da Comunicação – incorporada no referido plano – tam-

bém tem sido retomada constantemente, e iniciativas concretas já começaram a aparecer. Por atuação do presidente da Socicom, José Marques de Melo, e do assessor-chefe de imprensa e comunicação do Ipea, Daniel Castro, representantes dessas duas entidades estiveram reunidos em 25 de fevereiro de 2010, em Brasília (DF), para estabelecer um protocolo de cooperação. A receptividade do presidente do Ipea, Marcio Pochman, possibilitou a realização do convênio entre o instituto e a Socicom, para o desenvolvimento do projeto que resultou no *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, já mencionado.

Para um futuro bem próximo, a perspectiva é fomentar a criação do Observatório Nacional de Políticas Públicas de Comunicação e divulgar o pensamento comunicacional brasileiro.

Reconhecendo a comunicação um dos setores estratégicos para a inserção do país, de forma soberana, na Nova Ordem Econômica Mundial, espera-se que as ações da Socicom, registradas neste breve período de sua história, possam subsidiar principalmente políticas de comunicação que fortaleçam a democracia no Brasil.

Parcerias institucionais

Anita Simis

DIRETORA ADMINISTRATIVA DA SOCICOM

CAMPO DE INTERLOCUÇÃO

A Socicom tem se empenhado em realizar diversas parcerias institucionais no sentido de alargar seu campo de interlocução com os mais diversos organismos privados, públicos e estatais, desde seu primeiro plano de trabalho, elaborado no início de sua gestão, em 2008, e aprovado pelo conselho deliberativo.

No plano, já constava a preocupação da Socicom, entre outras metas, em estabelecer diversas parcerias, procurando ampliar sua visibilidade externa. Assim, foram elencadas visitas a órgãos públicos, como Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) e Ministério da Educação (MEC); a associações científicas, como Academia Brasileira de Ciências (ABC) e Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC); a entidades empresariais, como Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner); a entidades sindicais, como Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas (Conrerp) e Federação dos Radialistas (Fitert); a entidades sociais, como Fórum Nacional para a Democratização da Comunicação (FNDC), a comissões temáticas na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, a assembleias legislativas, a câmaras municipais e ao Conselho de Comunicação Social.

Efetivamente, foram realizadas visitas à Capes, ao CNPq, ao MCT, ao MEC e a entidades sindicais, como Fenaj. Com essa última, e a seu convite, os dirigentes da Socicom, José

Marques de Melo (presidente), César Bolaño (então presidente do Conselho Deliberativo) e Elias Machado (diretor administrativo), participaram, no Supremo Tribunal Federal (STF), da sessão histórica de julgamento da exigência do diploma para o exercício do jornalismo.

No entanto, foi a aproximação com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea) que talvez tenha proporcionado uma interlocução mais sólida. Por atuação de José Marques de Melo e do assessor-chefe de imprensa e comunicação do Ipea, Daniel Castro, estabeleceu-se um protocolo de cooperação, em 2010, na sede do instituto, em Brasília (DF), que, acrescido da receptividade do presidente daquele órgão, Marcio Pochman, possibilitou a realização de um convênio entre Ipea e Socicom, para o desenvolvimento do projeto Panorama da Comunicação no Brasil, materializado em publicação impressa e em site.

Tal trabalho, hoje já consultado por inúmeras entidades e pesquisadores, teve como principal objetivo a elaboração de uma base de dados contendo informações atualizadas sobre a área no país, centralizando dados que estavam dispersos em diferentes fontes, como Capes, CNPq, Inep, Ministério das Comunicações, MEC, MCT, entre outros. Mas essa aproximação com o Ipea, que resultou no primeiro estudo quantitativo e qualitativo que compõe a publicação *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, foi fundamental também sob outro aspecto, qual seja, assinalar a importância estratégica da área para o desenvolvimento do país e os investimentos públicos neste setor.

EVENTOS

Outra importante parceria a ser destacada é com a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Por meio dessa entidade, realizamos o III, o IV e o V Encontros Nacionais da Socicom, respectivamente em Curitiba (PR), Caxias do Sul (RS) e Recife (PE), sempre durante o pré-congresso da Intercom.

Aproximações com outras instituições e entidades também foram firmadas por ocasião dos I, II e III Seminários de

Integração Institucional, que a Socicom promoveu, desde 2009, com os diretores das entidades científicas e acadêmicas da área de Comunicação. O primeiro seminário foi realizado com o apoio da Universidade Estadual Paulista (Unesp) e contou com a participação do prof. Dr. José Castilho Marques Neto, diretor-presidente da Fundação Editora da Unesp, que divulgou o trabalho da Editora da Unesp como padrão de referência para as editoras universitárias brasileiras. O segundo evento, ocorrido na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), contou com palestra da diretora da revista *Pesquisa FAPESP*, Mariluce Moura, que falou sobre políticas de difusão e divulgação da ciência e da tecnologia, bem como sobre a atuação singular da publicação que dirige. E o terceiro seminário, realizado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), sob o tema “O diálogo do Estado com a Sociedade Civil: contribuições da comunidade acadêmica”, contou com a participação da profa. Dra. Lisbeth Cordani, representando a SBPC, e da profa. Vanessa Oliveira Fagundes, representante do Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa (Confap).

O apoio da ECA-USP também foi fundamental para a realização, em parceria com a Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. Contando com 661 inscritos, o congresso teve como tema central de debate “Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural”, distribuído pelos subtemas: “Sistemas ibero-americanos de comunicação” e “Diversidade cultural ibero-americana”. Os subtemas foram abordados em dois painéis, por eminentes pesquisadores da Argentina, da Bolívia, da Espanha, de Portugal e do Brasil, fortalecendo a integração das culturas ibero-americanas, ao mesmo tempo em que as projetou no panorama internacional, resgatando as contribuições ensejadas pelos ibero-americanistas.

Foi também a ECA uma das pioneiras na área de comunicações e artes no Brasil. Ao completar 45 anos, comemorou a data em um evento que reuniu ex-diretores, alunos e ex-alunos, professores e servidores para homenagear aquela escola.

A comemoração contou com o lançamento de três importantes volumes intitulados *Pensamento Comunicacional Uspiano*, todos organizados pelo seu ex-diretor José Marques de Melo. O volume I aponta as raízes ibero-americanas da ECA, discutindo o contexto da comunicação na América Latina (1966-1972); o volume II, os impasses municipalizadores na ECA (1973-2011); e o volume III, as ideias que abalaram os alicerces da ECA.

Outro evento que contou com a parceria da Socicom foi o Congresso Panamericano de Comunicação (Panam 2010), realizado em Brasília, com o apoio da Universidade Católica de Brasília (UCB), cujo objetivo foi discutir a produção de conteúdo nas redes digitais e suas possibilidades industriais e sociais.

OUTRAS PARCERIAS

Ainda nas articulações da Socicom com as instituições universitárias, não poderíamos deixar de sublinhar a participação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que estreitou os laços com a Socicom ao construir a identidade visual da federação, por meio de uma logomarca e de aplicações para sua utilização em página web, papel timbrado, envelope, camiseta, folder e portfólio. Completando outra parceria com as universidades, lembramos o amparo da Unesp – campus de Bauru – no lançamento de cinco edições de um boletim eletrônico, com a finalidade de integrar as comunidades filiadas, difundindo informações de interesse comum e estimulando a cooperação interinstitucional.

Finalmente, na área internacional, criamos canais de diálogo com as seguintes entidades de comunicação: International Association for Mass Communication Research (IAMCR), Association Internationale des Études et Recherches sur l'Informationet et la Communication (AIERI), International Communication Association (ICA), Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) e congêneres, além da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), de Portugal, e da Associaci-

ón Española de Investigación de la Comunicación (AI-EC), da Espanha, com a finalidade de articular e estimular a participação dos pesquisadores brasileiros nos fóruns internacionais dessas entidades.



Protagonismo internacional

Margarida M. Krohling Kunsch

DIRETORA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DA SOCICOM

A Socicom, além de todas as suas frentes de atuação em nível nacional, possui também uma vertente muito forte de interlocução com entidades congêneres no exterior. Conforme seu estatuto, um dos seus objetivos é exatamente “estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da área de Comunicação”.

No curto espaço de sua existência, o maior feito da Socicom na perspectiva internacional foi – por intermédio, sobretudo, de seu presidente, José Marques de Melo – liderar a articulação e a criação da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), fundada em abril de 2009, na Universidade da Madeira, em Funchal, na Ilha da Madeira (Portugal). Sem dúvida, trata-se de um grande empreendimento, que desencadearia outras iniciativas, como veremos a seguir.

A primeira iniciativa da Confibercom, na gestão de seu primeiro presidente, José Marques Melo, como representante institucional da Socicom, foi propor a realização de um congresso mundial de comunicação ibero-americana, tendo o Brasil sido escolhido como sede. Coube, então, à nossa federação assumir esse compromisso de tamanha magnitude.

Como diretora de relações internacionais e na qualidade de professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), assumi a tarefa de coordenar esse evento, que exigiu um trabalho intenso, levado a efeito por todas as entidades de comunicação filiadas à Socicom e pelas congêneres dos países ibero-americanos filiadas à Confibercom. Foram muitas as atividades e as iniciativas que as envolveram em todo o processo de organização e de realização do congresso, que ocorreu de 31 de julho a 4 de agosto de 2011, em São

Paulo (SP). É importante registrar que o apoio institucional da ECA-USP foi imprescindível em todo esse período.

Assim, o Brasil teve a honra de sediar o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom 2011), um marco histórico importante para as Ciências da Comunicação na Ibero-América, à medida que temas relevantes foram debatidos e decisões políticas foram tomadas para avançar na pesquisa e na produção científica em Comunicação na região. O evento, marcado por uma programação abrangente e propositiva, teve como tema central “Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural”, explorado em dois painéis: “Sistemas ibero-americanos de comunicação” e “Diversidade cultural ibero-americana”.

Também integraram o congresso importantes fóruns, institucionalizados para terem continuidade nos próximos anos. São eles: Fórum Ibero-Americano de Pós-Graduação em Comunicação; Fórum Ibero-Americano de Política Científica e Tecnológica em Comunicação; e Fórum da Rede Confibercom de Revistas Científicas de Ciências da Comunicação. Além disso, tiveram lugar simpósios sobre cooperação internacional e sobre integração das enciclopédias e redes de comunicação da Ibero-América, bem como uma série de outras atividades. Destacaram-se, sobretudo, as dezesseis sessões temáticas, que contemplaram as diversas áreas da Comunicação e seus aspectos teóricos, epistemológicos, metodológicos e aplicados, por meio de 576 trabalhos selecionados, dentre os 870 inscritos, por ocasião da convocatória inicial. O conjunto de eventos simultâneos e paralelos é mais uma expressão evidente da pluralidade e da riqueza dos avanços científicos já conquistados por nossa comunidade acadêmica no campo da Comunicação.

Tudo isso só foi possível graças à atuação da Socicom, de sua diretoria, de seu conselho deliberativo e de todas as entidades de Comunicação do Brasil a ela associadas e as congêneres nacionais e regionais dos países que integram a Ibero-América. Nesse contexto, registramos um agradecimento especial a todos os presidentes das entidades, que, desde o início, nos dispensaram seu singular apoio, por meio de um trabalho inte-

grado de divulgação entre seus pares e na coordenação das sessões temáticas.

O trabalho cooperativo da Socicom em nível internacional terá prosseguimento com sua participação no próximo evento da Confibercom, o Fórum Integrado Ibero-Americano de Comunicação (Fórum Confibercom), a ser realizado em Quito, Equador, de 11 a 13 de abril de 2012, sob responsabilidade do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal). Esse fórum tem como objetivo principal ampliar os debates ocorridos no Confibercom 2011 e delinear parâmetros para os segmentos da pós-graduação, das políticas científicas e tecnológicas, das revistas científicas e das redes e enciclopédias de Comunicação.

Para os próximos anos, a Socicom pretende ampliar seus laços internacionais, buscando uma interlocução com entidades de Comunicação de outras regiões continentais.



Metas e perspectivas

Francisco de Assis

EDITOR DO ANUÁRIO BRASILEIRO DAS
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

AÇÕES E RESULTADOS

Em 2012, a Socicom encerra o primeiro ciclo de sua história, período marcado pela atuação da diretoria que cumpriu dois mandatos consecutivos, pelos conselhos deliberativos (gestões 2008-2010 e 2010-2012) e, obviamente, pelas associações que congrega, tanto as “fundadoras”, ou seja, aquelas que fazem parte de seu corpo social desde sua criação, quanto as que se achegaram posteriormente.

Nesse período de quatro anos – ou talvez de um pouco mais, se levarmos em conta os processos que antecederam a criação oficial da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação –, muitas e significativas ações foram empreendidas, todas priorizando o fortalecimento de um campo ainda não inteiramente (re)conhecido pela comunidade científica do Brasil, especialmente pela parcela que não o considera um saber legitimado.

É certo, todavia, que novos olhares têm sido lançados à comunicação, nos últimos anos, no sentido de entendê-la em suas múltiplas faces, ou seja, como ferramenta estratégica, como área do conhecimento ou como campo teórico. E em boa medida isso reflete o trabalho da Socicom e de seus artífices, especialmente em razão do diálogo mais estreito que se vem buscando estabelecer entre as associações da área, o Estado e outros representantes da sociedade civil organizada, a partir do qual importantes projetos já foram concretizados.

Do mesmo modo como percebemos motivos para evidenciar o êxito dessas ações, também localizamos indícios de que ainda há muitas outras iniciativas a serem empreendidas ou continuadas pela jovem federação. Isso porque sua própria essência

pressupõe acompanhamento constante da área em que se insere, o que inclui identificar e acompanhar demandas em constante evolução e/ou transformação, aspecto singular desse ramo do conhecimento.

UM BALANÇO NECESSÁRIO

Longe de querermos analisar minuciosamente o papel da Socicom, buscamos, aqui, observar seus propósitos norteadores, a fim de sinalizar as metas já cumpridas e/ou em processo de tramitação, as quais se constituem, parece-nos claro, em desafios para os próximos anos, os quais certamente deverão ser assumidos pela nova diretoria, que será eleita em setembro de 2012, durante o pré-congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Para o cumprimento de tal exercício, é preciso recuperar os objetivos estatutários da Socicom, os quais foram assim definidos, em seu processo de fundação:

- I – fortalecer a Comunicação como campo do saber, desenvolvendo ações destinadas à sua consolidação como grande área de conhecimento perante a comunidade acadêmica e aos órgãos gestores de ciência e tecnologia;
- II – representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país;
- III – desenvolver ações destinadas a melhorar a qualidade e diversificação do ensino e da pesquisa de graduação e pós-graduação na área, contribuindo para assegurar as condições para o seu funcionamento em todo o território nacional;
- IV – fomentar iniciativas para estimular a cooperação entre instituições congêneres e beneficiar espaços regionais ou segmentos disciplinares considerados estratégicos;
- V – organizar debates sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da Comunicação, focalizando pro-

blemas comuns e ampliando o conhecimento mútuo e a cooperação entre as diversas entidades da área;

VI – promover o diálogo da área com as entidades representativas da indústria, do comércio, das profissões, da sociedade civil e dos movimentos populares, que atuam nos ramos da mídia e da comunicação social;

VII – estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da área de Comunicação.

De fato, pelo que foi exposto em vários dos textos que compõem este *Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação*, podemos afirmar que a Socicom conseguiu, nesse quadriênio, alcançar ou, pelo menos, dar início a trabalhos relacionados às sete metas apresentadas em seu estatuto.

Os sinais mais claros correspondem às articulações políticas, tanto entre pares – nos níveis nacional e internacional – quanto junto a outras instâncias sociais, como já mencionamos anteriormente. As ações dessa natureza resgatam interesses antigos da área, como o estreitamento de laços entre universidade, mercado e sociedade, a qual se apresenta como urgência desde década de 1970, quando Danton Jobim capitaneou os trabalhos do 1º Congresso Nacional de Comunicação, realizado no Rio de Janeiro (RJ).

Podemos afirmar, assim, que os seminários, os simpósios e os demais eventos promovidos pela federação durante esse período, bem como suas publicações – especialmente as duas edições do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, produzidas em convênio com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) –, são os elementos que mais bem demonstram seu potencial em reunir esforços para fortalecer a identidade plural da área.

Outro aspecto igualmente relevante é a busca por uma posição mais adequada da Comunicação na “árvore do conhecimento” desenhada pelos órgãos responsáveis pelos padrões e pelos procedimentos cabíveis ao aprimoramento do ensino e ao avanço científico, principalmente organismos públicos federais, tais

como o Ministério da Educação (MEC), o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e a fundações estaduais de amparo à pesquisa.

A bandeira erguida pela Socicom é a de que nosso campo tem capacidade e maturidade suficientes para figurar com o *status* de grande área, abarcando áreas específicas. O que corresponde, aliás, aos interesses do próprio MEC, que vem estudando a possibilidade de dar autonomia às habilitações da Comunicação Social – nos termos atuais –, convertendo-as em cursos individuais, a fim de “reduzir o número excessivo das nomenclaturas vigentes para terminologias específicas dos cursos existentes”, como bem destacou a profa. Dra. Margarida M. Krohling Kunsch, na primeira edição do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*¹.

Os interesses da Socicom, no entanto, não dizem respeito apenas ao ensino de nível superior. É sua ambição ampliar o debate a ponto de fazê-lo alcançar os mais altos níveis acadêmicos, circunscritos ao ambiente da pós-graduação *stricto sensu*. É o que também consta em seu estatuto, como meta a ser cumprida, juntamente com seu compromisso em ser eficiente ponte capaz de fazer a ligação entre suas afiliadas e as agências de fomento, principais responsáveis pela viabilização da pesquisa científica no Brasil.

Além disso, faz parte de sua agenda a discussão permanente sobre as políticas públicas da área, tanto as já existentes quanto as que necessitam ser formuladas. Por isso mesmo, é sua intenção – mencionada, inclusive, em algumas partes deste anuário – criar um observatório que auxilie os órgãos públicos no estabelecimento de estratégias condizentes com o cenário midiático do país.

Também no plano das relações, os bons frutos colhidos até agora mostram-se como exemplos a serem sequenciados. A intenção, certamente, é a de que outras parcerias também contribuam para o cumprimento das metas definidas pelas bases que alicerçam a federação aqui abordada.

¹ KUNSCH, Margarida M. Krohling. Memória das associações científicas e acadêmicas de Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. v. 2. Brasília: Ipea, 2010. p. 17.

DESAFIO CONSTANTE

Não restam dúvidas, por tudo isso, de que os próximos anos da Socicom tendem a ser de muito empenho em favor do progresso das Ciências Comunicação. Trata-se de desafio constante, uma vez que as conquistas já somadas ainda são o bastante para que os objetivos descritos anteriormente sejam plenamente alcançados.

Seguindo com espírito cooperativo e com propostas integradoras, as lideranças brasileiras da Comunicação podem dar continuidade ao processo de fortalecimento da área, oferecendo contributos significativos ao meio social.



Publicações da Socicom

1. *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil (2000-2010) – volumes 1, 2 e 3*
Organizadores: Daniel Castro, José Marques de Melo e Cosette Castro (2010)
2. *Pensamento Comunicacional Uspiano – volumes 1, 2 e 3*
Organizador: José Marques de Melo (2011)
3. *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil (2011-2012) – volumes 1, 2, 3 e 4*
Organizadores: Daniel Castro e José Marques de Melo (2012)
4. *Jorge Fernández, el artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano*
Organizador: José Marques de Melo (2012)
5. *Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação – nº 1*
Editor: Francisco de Assis (2012)
6. *Comunicação ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação (no prelo)*
Organizadores: Margarida M. Krohling Kunsch e José Marques de Melo (2012)
7. *Matrizes do pensamento comunicacional fundador da pós-graduação na ECA-USP – volumes 1 e 2 (no prelo)*
Organizador: José Marques de Melo (2012)

8. *Políticas públicas para o espaço ibero-americano da Comunicação*
(no prelo)

Organizadoras: Anita Simis, Ana Silvia Médola e Margarida
M. Krohling Kunsch (2012)

POSFÁCIO

A Socicom no panorama nacional e internacional da Comunicação

César Bolaño

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DA SOCICOM
(BIÊNIO 2008-2010)

A publicação deste *Anuário Brasileiro das Ciências da Comunicação* representa a consolidação da Socicom, fundada em 2008, em Natal (RN), a partir de um movimento, coordenado pelo prof. Dr. José Marques de Melo, que vinha amadurecendo desde o ano anterior e que mobilizava o conjunto de um campo acadêmico que crescera muito no país nas últimas décadas, com a ampliação do número de cursos de graduação, de programas de pós-graduação, de revistas e de várias entidades gerais e especializadas, que viriam a compor a nova entidade.

Esse crescimento tem se traduzido, em nível internacional, no avanço espetacular da participação brasileira nos congressos da área, ainda que isso não tenha se refletido em alteração no terreno mais importante da luta epistemológica, em que a hegemonia do pensamento anglo-saxão tem sido reforçada, e nem mesmo, salvo exceções, na composição das direções das principais instituições internacionais da área ou, o que é mais importante, dos grupos e das sessões de trabalho que representam, nessas entidades, os subcampos e as redes em que se organiza efetivamente a produção científica.

Eu próprio tenho insistido na necessidade de uma inserção diferente do Brasil e de toda a América Latina nesse campo da produção intelectual, e é nessa linha que temos procurado atuar, na Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), que tenho o orgulho de presidir atualmente. De um lado, é preciso reforçar as instituições do campo latino e iberoamericano, no sentido de ampliar o debate interno, com o objetivo último de recuperar o grande pensamento latino-americano

(e brasileiro, no caso em exame), estabelecendo as condições para que a criatividade dos nossos jovens cientistas possa exercer-se em diálogo com a tradição crítica que nos caracteriza.

A partir daí, por outro lado, é possível construir pontes, para o diálogo internacional, que tenham por base a autonomia cultural indispensável para o ataque à dependência e ao eurocentrismo. Embora, em ambos os casos, o fundamental seja a construção teórico-epistemológica e a produção de conhecimento em geral, ela será muito mais difícil e menos organizada sem a paralela construção institucional, que exige aquela criatividade política e capacidade de articulação, características marcantes da personalidade de José Marques de Melo.

Sob sua liderança, pudemos construir a Socicom, no Brasil, e a Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), no espaço ibero-americano. Esta representa um elemento da maior importância, pois trata de unificar um conjunto vasto de entidades representativas daquele ocidente alternativo que é a América Latina, a Europa do Sul e, deve-se agregar, a África. O objetivo, em primeira instância, é estabelecer uma agenda própria e uma esfera pública própria, a partir das quais se poderá enfrentar o debate internacional mais amplo. É essa também a linha de ação que estamos tentando implantar na Alaic – reforço ao pensamento latino-americano e à organização do campo no subcontinente para enfrentar o diálogo internacional – e que nos levou a aderir entusiasticamente ao projeto da Confibercom, desde o seu início.

No Brasil, a Confibercom é representada pela Socicom, ela própria uma federação das várias entidades que compõem hoje aquele campo da Comunicação que tanto cresceu ao longo das últimas duas ou três décadas. Este anuário, assim como o *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, lançado em 2010, em associação, pela primeira vez, com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), é prova contundente da rápida consolidação da entidade, que mobiliza energias do conjunto desse campo, num esforço de garantir a mais ampla institucionalização e visibilidade, ao produzir um conjunto de dados da maior importância para o ensino e para a pesquisa na área.

A Confibercom tem se estruturado com base na organização de três grandes fóruns, que constituem o cerne da luta epistemológica pela via político-institucional: de pós-graduação, de ciência e tecnologia e de revistas científicas. O objetivo último é uma mudança na hegemonia global na área, quando o pensamento crítico latino-americano encontrará as formas de expressão mais adequadas e a maior influência possível em nível internacional.

Criar uma esfera pública nacional para a problematização do campo, dos seus paradigmas, da sua estrutura, do seu funcionamento, produzir informação relevante, como no caso deste anuário, e participar do debate internacional de forma exemplar são a missão da Socicom, que sempre esteve na vanguarda desse movimento.