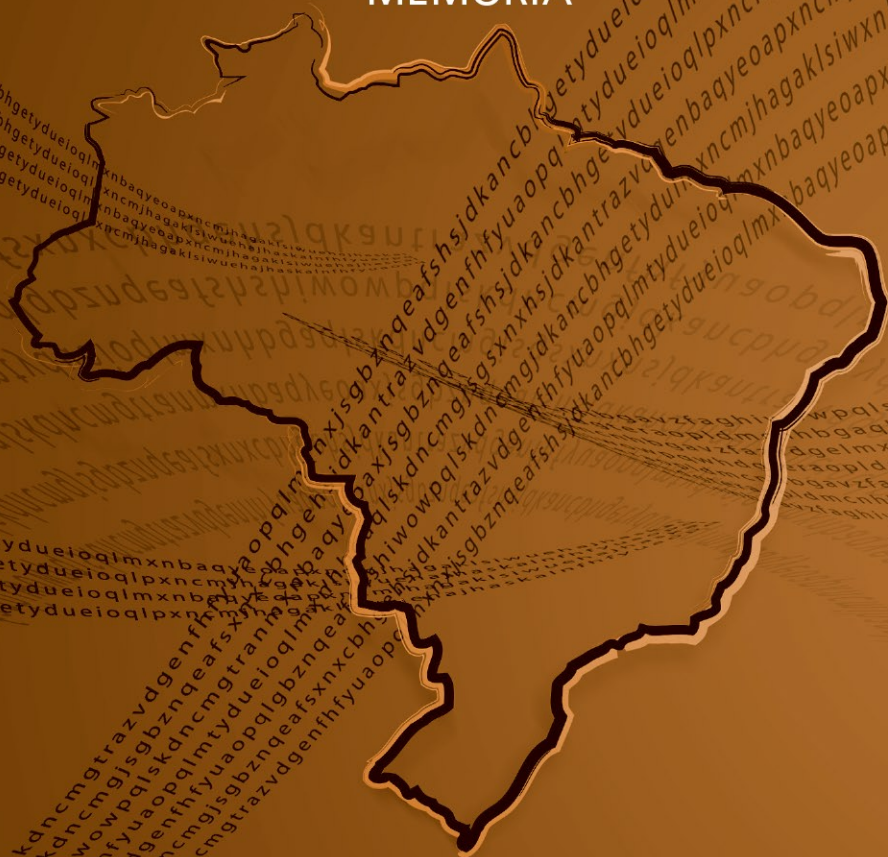


PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



VOLUME 4

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



VOLUME 4

Governo Federal

**Secretaria de Assuntos Estratégicos da
Presidência da República**
Ministro interino Marcelo Côrtes Neri

ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

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

Presidente

Marcelo Côrtes Neri

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Luiz Cezar Loureiro de Azeredo

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais

Renato Coelho Baumann das Neves

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

Daniel Ricardo de Castro Cerqueira

Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Cláudio Hamilton Matos dos Santos

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Rogério Boueri Miranda

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

Fernanda De Negri

Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Rafael Guerreiro Osorio

Chefe de Gabinete

Sergei Suarez Dillon Soares

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação

João Cláudio Garcia Rodrigues Lima

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

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

Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação



Presidente

Margarida M. Krohling Kunsch (Abrapcorp)

Vice-presidente

Maria Berenice da Costa Machado (Alcar)

Diretora Administrativa

Maria Cristina Gobbi (Folkcom)

Diretora de Relações Nacionais

Dione Oliveira Moura (SBPJor)

Diretora de Relações Internacionais

Maria Dora G. Mourão (Socine)

Conselho Fiscal

Anita Simis (ULEPICC Brasil)

Eneus Trindade Barreto Filho (ABP2)

Adolpho Carlos Françoso Queiroz
(Politicom)

Conselho Deliberativo

Presidente – José Marques de Melo
(Intercom)

Site: www.socicom.org.br

Socicom

Federação Brasileira das Associações
Científicas e Acadêmicas de Comunicação
Av. Brigadeiro Luís Antonio, 2050, 3º Andar
Bela Vista, SP – CEP 01318-002
E-mail: socicom@hotmail.com

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



Organizadores

João Cláudio Garcia R. Lima

José Marques de Melo

Editores

Marialva Carlos Barbosa

Maria Berenice da Costa Machado

Igor Sacramento

VOLUME 4

ipea

Brasília, 2013

Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil :
2012/2013 / organizadores: João Cláudio Garcia R. Lima,
José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2013.
4 v. : gráfs., mapas, tabs.

Inclui bibliografia.]

Conteúdo: v.1. Indicadores e tendências I / editor: João
Cláudio Garcia R. Lima – v.2. Indicadores e tendências II /
editor: João Cláudio Garcia R. Lima – v.3. Flagrantes / editores:
José Marques de Melo, Iury Parente Aragão – v.4. Memória /
editores: Marialva Carlos Barbosa, Maria Berenice da Costa
Machado, Igor Sacramento.
ISBN 978-85-7811-175-5

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Brasil. I. Lima, João
Cláudio Garcia Rodrigues. II. Melo, José Marques de. III.
Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

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

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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
---------------------------	---

PREFÁCIO	11
-----------------------	----

CAPÍTULO 1

A RECEPÇÃO DA TEORIA CRÍTICA NOS ESTUDOS DE MÍDIA BRASILEIROS	13
--	----

Francisco Rüdiger

CAPÍTULO 2

A ESCOLA DE CHICAGO E A HISTÓRIA DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL.....	33
---	----

Édison Gastaldo

Adriana Braga

CAPÍTULO 3

A RETÓRICA NOS ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL: UMA TENTATIVA DE MAPEAMENTO HISTÓRICO	53
---	----

Geder Luis Parzianello

CAPÍTULO 4

A PRESENÇA DA SEMIÓTICA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL.....	69
---	----

Geane Alzamora

Priscila Borges

CAPÍTULO 5

OS ESTUDOS CULTURAIS NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL: DÉCADAS DE 1990 E 2000.....	85
--	----

Bruno Campanella

CAPÍTULO 6

GENEALOGIA REFLEXIVA E CONSEQUÊNCIAS CURRICULARES: TRADIÇÃO DIALÉTICA DAS TEORIAS LATINO-AMERICANAS DA COMUNICAÇÃO E SUA REPRODUÇÃO NA UNIVERSIDADE BRASILEIRA.....	101
--	-----

Maria Érica de Oliveira Lima

Sebastião Guilherme Albano

Flávia Pessoa Serafim

CAPÍTULO 7

ESTUDOS DE RECEPÇÃO: PARTE DA HISTÓRIA RECENTE113

Nilda Jacks

Valquíria Michela John

CAPÍTULO 8

O PAPEL DO ICINFORM NA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO
CAMPO ACADÊMICO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL125

Antonio Teixeira de Barros

CAPÍTULO 9

O ENSINO E A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NA BAHIA139

Sérgio Mattos

CAPÍTULO 10

OS ESTUDOS HISTÓRICOS E O CAMPO DA COMUNICAÇÃO
NO BRASIL153

Marialva Barbosa

Ana Paula Goulart Ribeiro

CAPÍTULO 11

EDUCOMUNICAÇÃO: AS MÚLTIPLAS TRADIÇÕES DE UM
CAMPO EMERGENTE DE INTERVENÇÃO SOCIAL NA
EUROPA, ESTADOS UNIDOS E AMÉRICA LATINA.....169

Ismar de Oliveira Soares

CAPÍTULO 12

A PRESENÇA DA COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E
ALTERNATIVA NOS ESTUDOS E PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO
NO BRASIL203

Karina Janz Woitowicz

Rozinaldo Antonio Miani

CAPÍTULO 13

OS ESTUDOS DE FOLKCOMUNICAÇÃO NO CAMPO
COMUNICACIONAL BRASILEIRO223

Betania Maciel

CAPÍTULO 14

PESQUISA E ENSINO EM COMUNICAÇÃO E SAÚDE NO BRASIL235

Kátia Lerner

Janine Miranda Cardoso

Inesita Soares de Araújo

CAPÍTULO 15

OS ESTUDOS SOBRE EDITORAÇÃO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO	261
--	-----

Sandra Reimão
Felipe Quintino

CAPÍTULO 16

O CINEMA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO	275
--	-----

Arthur Autran

CAPÍTULO 17

ENTRE CAMPOS: OS ESTUDOS DE TELEVISÃO NO BRASIL	293
---	-----

Igor Sacramento

CAPÍTULO 18

MAPEAMENTO TEMÁTICO DA HISTÓRIA DA CIBERCULTURA NO BRASIL	331
--	-----

Adriana Amaral
Sandra Portella Montardo

CAPÍTULO 19

O DIPLOMA DE JORNALISMO E AS CONFIGURAÇÕES DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL	349
---	-----

Sérgio Luiz Gadini

CAPÍTULO 20

REDESCREVENDO MUNIZ SODRÉ	361
---------------------------------	-----

Eduardo Yuji Yamamoto

CAPÍTULO 21

JOSÉ MARQUES DE MELO: O CONSTRUTOR DO CAMPO COMUNICACIONAL	377
---	-----

Maria Cristina Gobbi

CAPÍTULO 22

PENSAMENTO COMUNICACIONAL ALAGOANO: ÍCONES EMBLEMÁTICOS DE TRÊS GERAÇÕES	401
---	-----

José Marques de Melo

APRESENTAÇÃO

Esforços para compreender melhor a evolução e as possibilidades dos processos comunicacionais e dominar as tecnologias da informação têm ajudado diversos países no caminho do desenvolvimento inclusivo e sustentável. Nesse sentido, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada tem orgulho de apresentar, em parceria com a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), os resultados das pesquisas realizadas no âmbito do projeto *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações 2012/2013*.

Trata-se do terceiro ano desse profícuo projeto, que rendeu ao Ipea o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2012 (promovido pela Intercom e Globo Universidade) na categoria Instituição Paradigmática e que, agora, soma onze volumes publicados, reunindo mais de 180 textos com análises e propostas de iniciativas e políticas públicas para o setor. Algumas delas, que já começaram a promover transformações em outras partes do mundo, são, para o Brasil, mais acessíveis e promissoras do que imaginamos. A exemplo da TV interativa e sua miríade de possibilidades de utilização como veículo de acesso a serviços e informações. Nesse campo, a capacidade criativa do brasileiro em busca de soluções deve ser reconhecida e estimulada – haja vista o exemplo do bem-sucedido *middleware* Ginga, tecnologia nacional que possibilita a criação de aplicações interativas para TV digital.

Conhecer melhor os hábitos brasileiros de utilização dos meios de comunicação neste histórico período de transição para as mídias digitais, assim como nossa capacidade de adoção das tecnologias mais inovadoras, é crucial e estratégico para os elaboradores de políticas públicas. É com esse objetivo que o Ipea e a Socicom entregam à sociedade mais quatro volumes do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações*, desta vez abordando a realidade nacional em estudos comparativos com o Cone Sul (Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai).

Nos dois primeiros livros, bolsistas e servidores do Instituto, além de pesquisadores convidados, desenvolvem temas como a formação em comunicação, o uso de novas mídias, cenário das indústrias criativas, cooperação no setor das TICs, sistemas de produção e circulação dos bens simbólicos e conteúdos culturais, regulação e comunicação pública. Os volumes 3 e 4, que completam a edição 2012/2013, trazem, respectivamente, flagrantes e a memória do campo comunicacional brasileiro, dando continuidade à estrutura da edição 2011/2012.

A popularização das novas mídias, acelerada pelo desenvolvimento inclusivo recente, traz oportunidades e desafios para um país que busca aprofundar direitos e deveres inerentes à democracia, combinando liberdade de expressão e iniciativa com ampliação do acesso à produção e ao consumo de informação em todas as suas formas. A pluralidade, valor intrínseco ao Ipea, volta a ser brindada com o conjunto de reflexões originais que compõem esta obra.

Marcelo Côrtes Neri
Presidente do Ipea

PREFÁCIO

O volume 4 do *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil – 2012/2013* dedica-se à construção de memórias sobre a história do campo comunicacional brasileiro. A tarefa de escrever a história não tem sido um objeto privilegiado pelos estudiosos da comunicação. Quando se trata da abordagem da história do próprio campo, a raridade de reflexões, sistematizações e rememorações ainda é marcante. É deste silenciamento que emerge a necessidade de analisar a constituição do campo da comunicação nos últimos cinquenta anos. Produzir uma história é, certamente, gerar esquecimentos. O objetivo deste volume não é ser total, mas trabalhar marcos, correntes teóricas e interfaces com outros campos do saber, bem como objetos de estudo que têm sido mais recorrentes no campo da comunicação brasileira.

O processo de realização dos trabalhos aqui publicados tem natureza indutiva. Compartilhando um conjunto de referências, foram convidados diferentes pesquisadores para o desafio de contribuir para a constituição do campo da comunicação no Brasil. Cada pesquisador teve a liberdade para escolher o que gostaria e poderia pesquisar: uma instituição, um personagem, um marco histórico, um grupo de pesquisa, uma sociedade científica, uma modalidade de pesquisa, uma interdisciplinaridade e atividades de ensino e pesquisa.

Diversos textos produzidos para contemplar a reconstrução desse percurso histórico não puderam ser editados neste volume. Constituiu-se uma rede de mais de cem pesquisadores em todo o país que produziram textos sobre a historicidade do campo teórico da comunicação sobre diversos ângulos. No primeiro volume, deu-se relevância à construção teórica do campo da comunicação; nos próximos – ainda a serem editados –, aspectos relativos às instituições, ao ensino, à pesquisa, entre outras abordagens, serão contemplados. Fica aqui, também, o agradecimento a todos que se dispuseram a pesquisar e a constituir o campo comunicacional no Brasil, o que resultou em textos fundamentais para o conhecimento desta área de conhecimento.

Partiu-se da noção de campo científico, tal como formulada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu: um espaço social autônomo e hierarquizado pelos resultados das lutas pelo monopólio da autoridade científica. Neste sentido, pode-se estabelecer uma tradição dos estudos da comunicação no Brasil até meados do século XIX; deve-se levar em conta que a constituição da comunicação como um conjunto específico de saberes teve no I Congresso Nacional de Comunicação da Associação Brasileira de Imprensa (1971) um marco fundamental para a agregação

das diversas disciplinas das ciências sociais que, segmentadas, debatiam a presença dos meios de comunicação na sociedade. A este marco, soma-se o da criação das primeiras pós-graduações em comunicação no país, ainda na década de 1970, o que nos faz comemorar os cinquenta anos de institucionalização das ciências da comunicação em 2013.

Ao mesmo tempo – como campo empresarial, profissional e universitário –, a comunicação emerge na sociedade brasileira na década de 1960, mas só ganha legitimidade científica no período seguinte. Vários fatores convergem para a nova forma de organização do trabalho e do conhecimento. Este volume aborda questões relacionadas ao estatuto do conhecimento comunicacional ao longo de cinquenta anos. Prática social, objeto, ação, perspectiva, doutrina, campo científico? A comunicação constituiu um campo de conhecimento próprio? Quais foram as opções e as respostas a estas questões tão fundamentais para o saber científico? Têm-se algumas delas descritas e analisadas nos textos que compõem este volume.

Marialva Barbosa
Maria Berenice Machado
Igor Sacramento
Editores

A RECEPÇÃO DA TEORIA CRÍTICA NOS ESTUDOS DE MÍDIA BRASILEIROS

Francisco Rüdiger*

1 INTRODUÇÃO

O Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt, fundado em 1923, começou a granjear reputação dez anos mais tarde, quando, sob a direção de Max Horkheimer, ampliou seus interesses – da história do movimento operário para o conjunto dos fenômenos sociais – e passou a publicar uma revista, baseada na colaboração internacional de especialistas das mais variadas disciplinas (Dubiel, 1985). Apenas nos anos 1960, porém, é que suas ideias, muito modificadas, de fato tornaram-se expressão de referência nos círculos intelectualizados mais abrangentes, devido ao relativo impacto que elas estavam tendo no curso dos protestos estudantis e da agitação política que ocorriam nos Estados Unidos e na Alemanha (Wiggerhaus, 1994). Daquela época, não por acaso, datam a nova edição de *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer (1985), e *A ideologia da sociedade industrial*, de Herbert Marcuse (1978).

No Brasil, a recepção do pensamento dos expoentes da escola também começa naquele período, sendo puxada pela obra do último pensador, cujas ideias – então em voga – foram, inclusive, objeto de matérias na imprensa periódica. Como nota Jorge Coelho Soares, o clima local era de revolta contra a ditadura militar instalada em 1964. Neste contexto, também marcado por maior abertura ao exterior por parte do meio cultural brasileiro, os textos do filósofo “ofereceram o símbolo de uma fantasia de engajamento e contestação, acalentada pelos intelectuais e jovens da época” (Soares, 1999, p. 201; Coutinho, 1986).

Depois da publicação de *A ideologia da sociedade industrial* pela Editora Zahar, em 1967, seguiu-se a de outros textos do grupo com que as ideias de seu autor eram identificadas, sendo o foco irradiador deste movimento a cidade do Rio de Janeiro. Decisiva para a influência duradoura que tiveram, para os estudos de comunicação no país, os escritos do grupo, foi a publicação da coletânea de Lima (1969), *Teoria da cultura de massas*.

* Professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Merquior (1969) providenciara, naquele ano, a elaboração da primeira síntese sobre as teses do coletivo a respeito da arte e da cultura, marcando o início, entre os pesquisadores brasileiros, da recepção mais sintetizada da Escola de Frankfurt. Lima (1969), ligado ao seu grupo, difundiu, em tradução, o artigo de Walter Benjamin sobre a obra de arte na era dos meios técnicos de reprodução e o capítulo a respeito da indústria cultural, de *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer (1985).

Desde então, a Escola de Frankfurt não saiu mais do currículo das *teorias da comunicação* e da formação acadêmica dos profissionais da área, ainda que rituais e muito ligeiras se caracterizem as apropriações de suas ideias neste meio, ainda hoje. Objeto de interesse até o início dos anos 1980, Marcuse acabou sendo em boa parte esquecido, no âmbito de tal círculo e fora deste, como bem apontou Soares (1999). Benjamin, ao contrário, tornou-se motivo de crescente indústria acadêmica em várias áreas, de ciências sociais e história até filosofia e estudos literários.

Adorno, cuja contribuição ao campo de estudos de mídia é, em comparação, bem maior, permaneceu como referência litúrgica ou protocolar até bem pouco tempo, quando sua erudição mais refinada – oriunda, sobretudo, de fora da área – tem revelado melhor a riqueza e a variedade de suas teses e suas análises sobre a indústria cultural (Gatti, 2008; Rüdiger, 2004). Embora bastante citado, Jürgen Habermas, representante da segunda geração da escola, foi pouco explorado, enquanto teórico crítico da esfera pública e referência intelectual, pelos pesquisadores brasileiros – conferir, porém, Rubim (1988).

Em geral, os comunicólogos ainda veem os frankfurtianos como autores de uma visão dos meios como instrumentos de manipulação do pensamento coletivo, em que estes reproduzem linearmente a ideologia dominante e, assim, promovem de forma passiva e arregimentada a alienação da consciência das massas. Apenas nos últimos anos, e não unanimemente, é que vêm aparecendo estudos interessados em mostrar que, no seu interior, também há espaço para revelar os conflitos sociais e os antagonismos históricos articulados nos produtos e no movimento da indústria cultural (Rüdiger, 2001).

O propósito deste trabalho, que retoma e atualiza matéria de estudo anterior, é marcar as principais etapas e discutir, ainda que brevemente, a recepção da teoria crítica na pesquisa em comunicação brasileira. Os momentos distinguidos neste percurso são quatro. O primeiro supõe as informações dadas neste preâmbulo e refere-se à fase de descoberta e incorporação da teoria crítica aos estudos de mídia por parte da chamada escola paulista de ciências sociais.

O aproveitamento da contribuição do que se tem convencionado chamar de segunda geração frankfurtiana é apresentado em seguida, em meio a um relato no qual se destaca a ambientação institucional da teoria crítica no meio acadêmico da comunicação brasileiro, por meio de breve exame dos primeiros trabalhos de Ciro Marcondes Filho.

No terceiro momento, resenham-se as críticas que a perspectiva frankfurtiana passou a receber na segunda metade dos anos 1980, quando – ao lado das reservas quanto ao seu pessimismo político e suposto elitismo intelectual – surgiram as objeções oriundas das pesquisas de recepção e dos estudos culturais. Antes de propor uma conclusão, o texto caracteriza o que seria a quarta fase deste processo: um momento em que, ao lado da reiteração dogmática das teses sobre a indústria cultural e sua refutação simplória ou irracionalista, despontam os sinais de sua reapropriação criativa e renovadora.

2 A CONTRIBUIÇÃO DA ESCOLA PAULISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Durante os anos 1970, começou, entre os pesquisadores brasileiros, um processo de instituição dos estudos de mídia que se caracterizou por busca de conceitos capazes de permitirem a análise da comunicação na sociedade. Deve-se a Gabriel Cohn o primeiro esforço mais sério de transformar a perspectiva frankfurtiana em base de programa de pesquisa sustentado nesta área. Cohn (1972) prosseguiria em São Paulo o trabalho de documentação sobre a teoria crítica que se iniciara no Rio de Janeiro, com a obra *Comunicação e indústria cultural*, com textos de Adorno, Habermas e Lowenthal. Em *Sociologia da comunicação*, Cohn (1973) avança e dá início à discussão de suas principais ideias desde o ponto de vista dos estudos de comunicação, descobrindo na crítica à indústria cultural os fundamentos para desenvolver uma análise científica dos fenômenos culturais contemporâneos em que intervêm as comunicações de massas.

Segundo o autor, a abordagem frankfurtiana pode servir para embasar um programa de pesquisa cuja principal preocupação é transcender as categorias do senso comum e as dos advogados da mídia. A contribuição que ela pode dar – sugere-se – não se encontra tanto no plano da crítica social da mídia quanto no da produção do saber na área da comunicação. Em Cohn, a leitura analítica dos antecedentes conceituais da análise crítica serve para chegar à conclusão de que o foco da pesquisa não se deve centrar nas formas de difusão e recepção das mensagens, mas no exame da estrutura do produto cultural.

No ponto de vista do autor deste capítulo, esse entendimento, segundo o qual a sociologia da comunicação deve se centrar no estudo dos produtos culturais e na maneira como eles objetivam o sistema social abrangente, visto que este rege sua difusão e seu consumo, constitui o programa básico do que se pode chamar de contribuição da escola paulista de ciências sociais aos estudos de comunicação.

Conforme esse programa, “a categoria teórica básica para a análise da comunicação é a da ideologia”, e “os chamados bens culturais devem ser entendidos como mercadorias”. Consequentemente, o trabalho de pesquisa deve “apanhá-los simultaneamente como resultados de uma modalidade dada de produção e como condicionamentos de modalidades correspondentes de consumo” (Cohn, 1973, p. 161-162).

Embora deixando bem claro que a culminação da análise precisa centrar-se no modo como essa produção se reflete na estrutura dos bens culturais, a proposta conheceu fortuna distinta no trabalho de investigação. A aplicação do enfoque, na prática, não observou a letra do que pretendia ser seu programa. Os estudos que se fizeram a partir de sua recepção se concentraram nas condições de produção e difusão das expressões da cultura industrial, deixando de fora a análise de sua dimensão ideológica como mercadoria.

A crítica à indústria cultural foi lida em chave materialista orientada historicamente, em que – de fato – não se fez uso do conceito de ideologia. As reflexões foram conduzidas de maneira a fazer aparecer as condições de produção dos bens culturais sem que estes tivessem sido realmente analisados.

Colocando-se de lado os estudos em que o conceito de indústria cultural já se apresenta com sentido meramente descritivo e conduz sua análise com meios ecléticos ou estranhos à Escola de Frankfurt (Harbert, 1973; Miceli, 1972; Miranda, 1976), exemplificam esta tendência, entre outras, investigações como o trabalho pioneiro de Jambeiro ([1974]) – na obra *Canção de massa* – sobre o sistema de produção da música popular, o de Arruda (1985) – na obra *A embalagem do sistema*, sobre o desenvolvimento da publicidade brasileira – e a pesquisa sobre o processo por meio do qual parte da imprensa paulistana subsumiu-se à lógica da produção mercantil feita por Goldenstein ([1979]) – na obra *Do jornalismo político à indústria cultural*.

Descrita por sua autora como “contribuição ao estudo do processo por meio do qual uma parte da imprensa brasileira tornou-se um dos ramos daquilo que Adorno e Horkheimer (1985) denominaram Indústria Cultural” (Goldenstein, 1987, p. 21), a última monografia examina exemplarmente as relações entre sistema de produção e conteúdo da mensagem de dois jornais paulistas. Assim o faz sem perder de vista a maneira como eles se imbricaram na configuração social mais ampla que presidiu a seu nascimento, revelando apropriação original e criativa da crítica à indústria cultural. O estudo mostra como o caráter popular e/ou sensacionalista da imprensa está ligado à mobilização de interesses que em si não o são; no caso, provieram da sua exploração por parte das forças políticas conservadoras que apoiaram o golpe militar de 1964.

Como os outros citados, o relato representa tentativa de superar – no sentido hegeliano – o ensaísmo reflexivo inerente à crítica à indústria cultural. A pesquisadora investiga a trajetória da produção cultural como expressão das mudanças no contexto histórico e na estrutura de produção na sociedade capitalista. Entretanto, como nos outros casos, peca, na opinião do autor deste capítulo, por não especular sobre a forma como os produtos culturais em foco respondem ideologicamente a certas carências sociais em condições históricas, consoante determinadas mudanças no modo de reprodução da sociedade.

Representando parte expressiva do que melhor se produziu na área de comunicação durante os anos 1970, os referidos trabalhos, também se pode dizer, procuraram superar – ainda que não fosse este o propósito – a objeção segundo a qual a crítica à indústria cultural frankfurtiana caracterizar-se-ia pela revelação de uma “especificidade do processo de produção de mercadorias culturais [que, todavia,] não chega a ser investigada em si mesma” (Morelli, 1991, p. 24).

Entretanto, a exemplo dos autores desse tipo de objeção, os referidos, dessa forma, não chegaram até o ponto de fazer uma análise imanente dos produtos culturais, conforme preconizado pela abordagem frankfurtiana. Em outros termos, verifica-se em todos eles o predomínio de abordagem materialista, ainda que histórica, sobre a reflexão crítica e a análise cultural – principais motivos da crítica à indústria cultural em Adorno. Em *Indústria fonográfica*, de Morelli (1991), por exemplo, o tratamento materialista das condições de produção dos bens culturais – música popular, no caso – é substituído por abordagem antropológica (relações de poder existentes entre os agentes de produção e difusão destas mercadorias), não se chegando à “análise imanente da produção cultural” (*op. cit.*, p. 24).

Exceção a essa regra é o livro de Caldas (1977), *Acorde na aurora*. Embora a análise que ali se faz da música sertaneja revele rigidez excessiva, encontra-se nela a tentativa mais próxima de aplicação não apenas de programa elaborado por Cohn, mas também das próprias propostas de Adorno. De modo resumido, significa que neste livro se acha uma das poucas pesquisas, talvez a única, em que se tenta “fazer a crítica à sociedade através [da análise] dos discursos industrialmente produzidos e consumidos por ela” (Moreira, 1979, p. 17).

Conforme escreve Roberto Moreira, responsável por uma tentativa de aprofundar epistemicamente o programa sugerido por Cohn, a perspectiva frankfurtiana carrega consigo potencial crítico em relação aos conceitos tanto quanto à positividade reivindicada pelos estudiosos da comunicação. A compreensão da cultura como mercadoria tem significado não apenas científico, mas também crítico, na medida em que a necessidade de aperfeiçoar os instrumentos de leitura ideológica dos produtos culturais constitui, ao mesmo tempo, exigência de análise crítica da sociedade (Moreira, 1979).

Vendo-se a fundo, a concretização da proposta do autor, entretanto, revela-se problemática, tanto no plano teórico quanto no prático. O denominador comum é o mau emprego do conceito de ideologia. Em Moreira (1979, p. 93), nota-se com espanto como a referida proposta da análise da mídia, baseada na hipótese de que a sociedade se objetiva – figurada – nos produtos culturais da indústria, convive com o entendimento apriorístico de que os veículos desta indústria são aparelhos ideológicos da sociedade. Levando-se em conta este dado, pode-se entender por que a aplicação do conceito à análise baseia-se em equívoco: trabalha-se o conceito no marco da teoria da comunicação.

Acorde na aurora (Caldas, 1977), anteriormente mencionado, não é senão um exemplo desse tipo de prejuízo na prática da análise cultural e dos fenômenos de comunicação. Apesar de a proposta do autor ser estudar criticamente o conteúdo do produto cultural, a condução da pesquisa sucumbe em equívoco. A abordagem parte do princípio de que o significado ideológico da música sertaneja não está em suas contradições, mas na mensagem que transmite à sociedade, enquanto “instrumento da visão de mundo burguesa”.

Em outros termos, sustenta-se que “os comunicadores divulgam os valores inerentes à ideologia burguesa através da televisão” (Caldas, 1977, p. 97) e “o consumidor prende-se inevitavelmente às mensagens” (*op. cit.*, p. 127). O problema todo com o trabalho está no fato de o mencionado significado não poder ser definido desta maneira – isto é, com base em uma visão mecânica e informacional da mensagem – e de a análise do autor não se centrar em nenhuma das categorias mencionadas (ideologia e sociedade), mas nesta última (mensagem).

Para desatar esse nó, gerador de terríveis esquematismos, que levaram a teoria crítica ao descrédito, haver-se-ia de, conforme foi elucidado pelo pioneiro, proceder a uma releitura do conceito de ideologia, recuperar a dimensão histórica da análise e observar o princípio de que – na crítica à indústria cultural – “a categoria básica a ser usada não é a de comunicação, que se refere à relação entre o sujeito e seus receptores, mas a de mediação, que é inerente ao próprio objeto” (Cohn, 1973, p. 154). Isto é, perspectiva de estudo que, hermenêuticamente influenciada pelas ideias marcuseanas sobre cultura e sexualidade, se encontra esboçada, em estado prático, por exemplo, no trabalho de análise da pornografia no Brasil escrito por Winckler (1983).

3 ESTERILIZAÇÃO E RESILIÊNCIA: A CRÍTICA NO CURRÍCULO

Na década de 1980, a elaboração da teoria crítica, entretanto, começou a mudar, apesar de ainda estar havendo a publicação das fontes para entender o básico da contribuição da Escola de Frankfurt aos estudos de comunicação (Cohn, 1986; Habermas, 1984; Adorno e Horkheimer, 1985). Pouco a pouco, ocorreu uma

retirada dos seus pensadores como referência positiva da pesquisa no campo dos fenômenos de mídia e cultura, apesar de que, com relação às fontes primárias, só há pouco se passou a dispor de um bom conjunto documental em língua portuguesa (Adorno, 2003).

Embora não seja o principal, surgiu um interesse pela obra de Benjamin que, tendo-se tornado tônica no decênio seguinte – confusamente interpelado como um semioticista heterodoxo –, legou muito pouco em termos acadêmicos para a comunidade brasileira dos pesquisadores em comunicação. Por sua vez, o supracitado esquematismo das análises feitas em nome da escola, o predomínio da recepção de suas ideias em chave materialista e as críticas ao manejo abstrato das principais proposições que embasam o enfoque explicam porque, naquela altura, os comunicólogos abandonaram os conteúdos crítico e reflexivo da categoria de indústria cultural, reduzindo-a a um conceito meramente descritivo.

Em Bolaño (1988), Taschner (1992) e Caparelli (1989), por exemplo, o conceito é simplesmente dado, servindo para referir-se à forma avançada de produção simbólica capitalista. A abordagem materialista da categoria retrocede perante a economia política cujas pretensões críticas são muito difíceis de enxergar do ponto de vista epistemológico, conforme se pode observar lendo a síntese bem elaborada desta tendência (Bolaño, 2000). Ortiz (1986) é outro a valer-se do termo nos trabalhos que escreveu naquele período, contribuindo para promover a recepção da teoria crítica no campo das ciências sociais. No entanto, na prática, também neles a categoria de indústria cultural comparece empobrecida, servindo em sentido puramente operacional, seja na análise das condições de produção das telenovelas (Ortiz e Ramos, 1989), seja em sua síntese sobre a formação do mercado de bens culturais modernos no Brasil (Ortiz, 1988).

Tem-se a comprovação do esvaziamento da crítica à indústria cultural, por exemplo, folheando as páginas introdutórias de pesquisa sobre a indústria fonográfica brasileira. Classificando seu trabalho como “complementar ao contexto teórico marxista das análises frankfurtianas”, a autora, todavia, não somente revela que sua pesquisa “na verdade se inspira numa noção antropológica de cultura”, supostamente mais explicativa, como também critica as citadas análises por não levarem em conta tanto:

as especificidades do processos de produção capitalista daquelas mercadorias ditas culturais quanto as diferentes configurações assumidas por esse próprio processo, em decorrência das determinações históricas específicas de cada sociedade capitalista monopolista (Morelli, 1991, p. 23).

Durante aquela época, a continuidade com a perspectiva frankfurtiana ocorreu por meio de ruptura com os escritos de seus criadores. Em Ciro Marcondes Filho, verifica-se realmente que o legado da Escola de Frankfurt é conservado por

intermédio da recepção dos escritos de sua segunda geração. Neste sentido, pode-se referir em primeiro lugar a Marcondes Filho (1982), com a obra *O Discurso sufocado*. Fortemente influenciado pela releitura política em chave emancipatória da crítica à indústria da consciência que Negt e Kluge (1972) desenvolvem, na obra *Öffentlichkeit und Erfahrung*; a pesquisa procura combinar estudos de casos históricos com reflexões teóricas sobre os limites e as possibilidades da chamada comunicação alternativa.

Em Marcondes Filho (1988a), na obra *O capital da notícia*, essa abordagem é desenvolvida com intenção mais sistemática, obtendo-se síntese aplicada ao jornalismo industrial moderno. A reflexão teórica vale-se da crítica ao fetichismo da mercadoria e exemplifica-se por meio de casos históricos. Frankfurtianamente, procura-se expor a ideia de que a análise das condições econômicas e políticas dos mercados de massas é parte intrínseca do estudo das modernas instituições de cultura e informação, embora estas não possam ser entendidas apenas econômica e politicamente: contêm ainda dimensão simbólica, ligada aos processos de psicologia inconsciente.

Ainda nos anos 1980, escreve o autor outros textos em que essa perspectiva se explicita, enriquecendo-a com a recepção da psicologia social analítica com a qual Dieter Prokop e outros procuraram renovar a antiga crítica à indústria cultural na década de 1970, conforme se pode constatar, por exemplo, em Marcondes Filho (1988b), na obra *Televisão: a vida pelo vídeo*. A obra é um marco na crítica cultural de natureza ensaística que caracterizou a trajetória do autor, antes dela se redirecionar no sentido da pura e simples reflexão teórica que se acha em seus textos mais recentes e se apresenta – do ponto de vista do conjunto – totalmente distanciada da tradição frankfurtiana, apesar de o trabalho de referência e a documentação a seu respeito continuar, correta e competentemente, presente (Marcondes Filho, 2011, p. 6-113).

4 A TRANSFORMAÇÃO DA TEORIA CRÍTICA EM DENUNCISMO

Durante os anos 1980, o paulatino esvaziamento das propostas frankfurtianas entre os pesquisadores brasileiros da comunicação manifestou-se no sentido descritivo cada vez mais conferido ao conceito originalmente crítico de indústria cultural. Talvez ainda mais significativas tenham sido, contudo, as críticas que lhe passaram a ser feitas por muitos porta-vozes daquela comunidade, comandados inicialmente por Silva (1980; 1982; 1985).

Segundo esses últimos, a popularidade da crítica à indústria cultural nos anos 1970 deveu-se sobretudo à conjuntura histórica que permitiu às suas proposições negativistas servirem para contestar o regime militar e os supostos ideológicos de sua dominação. Os frankfurtianos alimentaram teoricamente o

surgimento da chamada pesquisa-denúncia, que teria tido como “pano de fundo o autoritarismo que dominava o continente latino-americano na década de 70” (Melo, 1990, p. 6).

Colocando-se em termos teóricos, o problema com a Escola de Frankfurt, segundo essa visão, seria a abordagem excessivamente crítica e oposicionista em relação à indústria cultural. Até mesmo mais tarde, ignorou-se totalmente a recepção bem matizada das teses sobre a cultura de Adorno, disponível para os estudiosos brasileiros, por exemplo, a partir da publicação do livro de Jay (1988). Partia-se, para avaliar suas ideias, da convicção de que:

rejeitar a cultura capitalista como um todo [conforme o filósofo teria feito] é compreender mal seu desenvolvimento contraditório numa sociedade de classes e deixar passar o ponto crítico das qualidades e potencialidades da produção de massa e das novas relações sociais que engendra (Lopes, 1990, p. 50).

Começando-se com os estudos e as reflexões de inspiração gramsciana, em que o conceito de hegemonia é contraposto ao conceito de ideologia dominante (Silva, 1980; 1982), o julgamento tornou-se mais tarde princípio evangélico dos chamados estudos culturais e pesquisas de recepção, nos quais cada vez mais se encontram as marcas da teoria pluralista liberal e da sociologia empírica norte-americana (Wilton, 1986; 1995).

Fachel (1986, p. 18), por exemplo, segue de perto Silva (1985, p. 19-24), ao sustentar que o enfoque frankfurtiano é merecedor de crítica pelo fato de “compreender a cultura como algo dado, imposto, e não como algo que se estrutura como vivência cotidiana”. Adorno e Horkheimer (1985) têm o mérito de terem vinculado analiticamente a produção industrial com a criação cultural. Entretanto, precisam ser denunciados, devido aos compromissos elitistas e imobilismo político, geradores de linha de análise cujo principal efeito seria restringir-se à “contemplação do apocalipse”. Prosseguindo com o entendimento de que os fenômenos de indústria cultural – no sentido descritivo – convergem com as categorias da teoria da comunicação, defendido pelos próprios simpatizantes do conceito nos anos 1970, a autora acredita que – no enfoque frankfurtiano – “a noção fundamental é sempre uma influência direta do medium sobre sua audiência, perfazendo [o meio] uma função ideológica” (Fachel, 1986, p. 19).

Isso significa que, naquela conjuntura, a recepção da teoria crítica assistiu a uma mudança de valor, mas seu sentido dominante permaneceu o mesmo: a perspectiva frankfurtiana não deixou de ser entendida como teoria da comunicação segundo a qual a ideologia é algo que “passa” por meio da mídia para a sociedade, enquanto a indústria cultural representa um conjunto de meios que “cumpre eficazmente o papel de dominação, sem possibilidade de resistência por parte das massas” (Costa, 1992, p. 23).

De modo epistemológico, porém, o principal pecado cometido por essa abordagem, segundo os teóricos da recepção, seria o fato de ela ter ignorado

as especificidades culturais como elementos que classificam e dão significado ao mundo, conformando um sistema próprio de representações que, em parte, mas apenas em parte, utiliza o código de poder, que classifica e reconhece o lugar da autoridade (Fachel, 1986, p. 19).

Destarte, trata-se de linha de estudo da mídia desprovida de conceito de cultura capaz de dar conta da maneira como as comunicações realmente funcionam e que, ignorando como a cultura faz sentido, sucumbiu à ideia – errônea – de que “a integração da sociedade nos tempos modernos seria feita pela produção de mensagens indiferenciadas, dirigidas intencionalmente a um público também indiferenciado” (Costa, 1992, p. 22).

5 RENOVAÇÃO E ÊXTASE: TENDÊNCIAS RECENTES

Desde uns quinze anos para cá, verifica-se em todo o mundo um movimento de reavaliação do legado intelectual contido na crítica da indústria cultural proposta por Theodor Adorno – conferir, por exemplo, os trabalhos de Deborah Cook, Heinz Steinert, Miriam Hansen, Robert Witkin, Dieter Prokop e Roger Behrens. Apesar de pouco influente nos círculos mais amplos que se interessam sobre a questão de cultura e comunicação, surge com ele e para quem sabe ler uma nova chave de entendimento do conceito e de sua respectiva abordagem, conforme os estudiosos brasileiros tentam contribuir, seja por meio da reconstrução sistemática da teoria (Rüdiger, 2004; 2001), seja por intermédio da feitura de pesquisas por ela inspirados – conferir, por exemplo, Rüdiger (2003; 2008; 2009).

No Brasil, os principais sinais ou esforços concentrados nessa direção têm provindo, porém, do grupo que, no interior paulista e a partir de meados da década de 1990, desenvolve reflexão crítica sobre a educação, inclusive fazendo despontar o impacto que nela tem a indústria cultural (Adorno, 1995; Pucci, 1995; Zuin, Pucci e Oliveira, 2000). Continuado o interesse pela obra de Adorno nos círculos filosóficos mais críticos e esclarecidos, foi, por exemplo, traduzido, em 2008, entre outros, seu estudo sobre as colunas astrológicas publicadas na grande imprensa, ampliando-se a documentação disponível em português – conferir, ainda, Marcuse (1998) e Adorno (2003). De resto, a escola a qual seu nome está ligado, desde a tradução da pesquisa de Wiggershaus (1994), passou a ser vista – pelo menos, entre os comunicólogos menos obtusos – sem o simplismo que paulatinamente havia se imposto em sua comunidade, após a publicação das objeções de Silva (1980; 1982; 1985).

Antonio Álvaro Zuin é um dos principais impulsionadores desse movimento, nucleado, como dito, sobretudo na área de educação. Zuin (1999), na obra *Educação e indústria cultural*, discutiu teoricamente a forma como o movimento

da indústria cultural enfraquece as condições sociais para a formação da experiência reflexiva e emancipatória. Depois, Bruno Pucci e ele próprio reuniram vários colaboradores para, em sucessivos trabalhos, examinar seus diversos aspectos, com ou sem foco nos temas de estudo mais relacionados com a cultura mercantilizada do capitalismo (Zuin e Pucci, 2001; Vaidegorn e Bertoni, 2003; Durão, Zuin e Vaz, 2008; Loureiro e Zuin, 2010).

Deixando-se a área da educação, a tendência aparece também entre os pesquisadores que trabalham na intersecção entre música e filosofia, merecendo menção, com relação ao assunto em foco neste texto, os trabalhos de Rosa (2003) e Burnett (2011). No primeiro, estudam-se, com erudição, as concepções artísticas, políticas e filosóficas que, sobre a música no cinema, se desenvolveram durante o trabalho de cooperação de Hans Eisler com Theodor Adorno. Em que pese o tom muito forçado e arbitrário da comparação das ideias de Adorno com as de Mário de Andrade, examina o segundo o alcance e os pretendidos limites da sua teoria da música popular, quando analiticamente pensada em relação às tessituras mais sutis de sua poética urbana, no Brasil, no século XX.

Desigual no tocante aos resultados, o fenômeno tem, como um todo, o mérito de reabrir a avaliação sobre o legado crítico da Escola de Frankfurt a respeito da comunicação e da cultura na vida contemporânea, desde uma perspectiva mais séria e aberta, até uma menos linear e monótona. Disto seria exemplo, apenas para ilustrar, a contestação de Viana (2006) às teses sobre o cinema de Walter Benjamin, passível de contextualização em sua avaliação crítica mais ampla – embasada na dialética marxista – da análise da indústria cultural proposta pela Escola de Frankfurt (Viana, 2007). Também nesta linha, não se deve ignorar os estudos documentais de crescente erudição sobre as pesquisas conduzidas por Adorno sobre o rádio e o negócio da música nos Estados Unidos feitos por Carone (2002; 2003; 2004; 2012).

Entretanto, cumpre notar, segue tendo porta-vozes aquela última abordagem – a monótona e linear –, como revela, entre outros casos, a monografia de Duarte (2003), *Teoria crítica da indústria cultural*. Nela, o espólio intelectual a respeito do tema é reduzido a monumento intelectual e, assim, tratado como matéria inerte, quando, no caso de ser tratado com os meios da boa filosofia, precisaria ser recriado crítica e inovadoramente. As contradições e as nuances do texto adorniano, principal fonte da crítica e objeto do texto, não são afloradas. O leitor acostumado com as caricaturas da reflexão crítica sobre a indústria cultural feita pelos comunicólogos segue tendo razão para reiterar os pronunciamentos sumários e simplistas a seu propósito, finda a tediosa leitura do volume.

Deixando-se o primeiro e o último capítulos de lado, a obra apresenta-se como série de fichas, em que o autor resume linearmente o conteúdo de suas fontes bibliográficas. Embora cuidadosas e bem detalhadas, elas se limitam a redizer o que está posto no material em exame por Duarte. O resultado é a conclusão pífia e afirmada em tom de reverência, convencionalmente escolar, segundo a qual

a crítica mostra-se hoje mais pertinente do que nunca, pois o aperfeiçoamento dos meios tecnológicos de produção, reprodução e difusão de mensagens visuais e sonoras permite o aprofundamento e a expansão dos métodos classificatórios e manipulatórios empregados pela indústria cultural (Duarte, 2003, p. 187).

Convertido em sociólogo da comunicação, o filósofo crítico revela-se nessa obra pesquisador ingênuo, enveredando por territórios que visivelmente não conhece ou está mal aparelhado para desenvolver, como os processos de concentração empresarial, crescimento do poderio econômico e expansão global que caracterizam as comunicações no final do século passado. A reflexão sobre seu significado para o indivíduo – que uma teoria crítica da sociedade exigiria – não comparece, e, por isto, a crítica da indústria cultural é tratada na obra como texto perene, que transcende à recepção reflexiva, à discussão intelectual e à reconstrução propositiva. O pensamento dialético que lhe é subjacente não é evidenciado. O espólio, em vez de reanimado, é jogado mais fundo no esquife que lhe armaram os detratores e os adversários simplistas, algo que, mais recentemente – diga-se para fazer justiça –, tem o autor começado a corrigir (Duarte, 2010, p. 47-84).

Em que pese a total falta de erudição, Paulo Puterman faz, em contraponto, caricatura intelectualmente melhor que a de Duarte, quando, em vez de homenagear mecanicamente a crítica à indústria cultural, diagnostica sua agonia teórica, em discussão que enfoca as relações entre cultura e tecnologia. Para ele, o conceito carece da devida base sociológica. Reduzindo o termo ao aparato técnico e a seus bens objetivos – a televisão e o disco, por exemplo –, o autor defende que o mecanismo da indústria, multiplicando-se os meios e os suportes, é, na cultura, fator de diferenciação, em vez de uniformidade (Puterman, 1994, p. 26).

Segundo esse autor, a pesquisa tecnológica objetiva atender às demandas sociais por mais informação cultural e de melhor qualidade, em vez de estar subordinada ao movimento de acumulação do capital e fetichismo da mercadoria, como diriam os frankfurtianos. A tecnologia influencia a cultura por interesse benevolente, em vez de mercadológico: seu sentido primeiro não seria a remuneração do capital oriundo da atividade empresarial, mas “atender às demanda sociais por um maior acesso aos produtos culturais, através de um barateamento tanto na aquisição como no uso das tecnologias” (Puterman, 1994, p. 52).

A Escola de Frankfurt, para o autor, agoniza em meio à reflexão teórica sobre a cultura, ainda, porque seus expoentes não teriam visto a revolução da forma de

relacionar-se com os meios de comunicação representada pela multimídia interativa, “que introduz a possibilidade do diálogo e da participação do público nas performances eletrônicas” (Puterman, 1994, p. 110). A Adorno teria escapado o pensamento de que os meios técnicos poderiam atender às expectativas individuais de aperfeiçoamento cultural e participação interativa – como, em forma primitiva, mostraram programas do tipo *Você Decide*; agora se concretizariam em escala global por meio da internet.

Essas observações praticamente invalidam a possibilidade de utilização do conceito de indústria cultural fora do contexto no qual foi criado. (...) Ao verificarmos que a história caminha para um outro rumo, é honesto admitir que o conceito formulado, contudo, não tem mais validade (Puterman, 1994, p. 115).

Nesse entrevero, em que o trabalho de reflexão mais sério se mistura com o simplorismo intelectual a favor ou contra, surge espaço até mesmo para os relatos sobre os fenômenos de cultura de massas que, fingindo aceitar com reservas a crítica à indústria cultural, de fato a condenam em nome de categorias oriundas da reação irracional àqueles próprios fenômenos. Exemplo disto é a monografia sobre o estudo das colunas astrológicas proposto por Adorno, elaborada por Vani Rezende. Para a autora, ele faz bem em propor a crítica do discurso astrológico promovido pelos meios de comunicação, porque este discurso se baseia em simplificações, mas não teria levado em conta “a dimensão histórico-cultural mais ampla que ela, a astrologia, implica”. Teria escapado à visão do pensador, ela crê, a sabedoria escondida na tradição astrológica, e, por isto, sua abordagem do assunto, válida só até certo ponto, carrega os prejuízos “de uma ótica estritamente iluminista” (Rezende, 2006, p. 22).

Afinal, preconiza a autora, a astrologia é capaz de apresentar um sistema de pensamento bastante coerente, cujas categorias e proposições, deseja crer, questionam o racionalismo moderno e, assim, relativizam os fundamentos da própria civilização. Adorno revelou ignorância a respeito da astrologia, entendendo-a com as categorias do racionalismo crítico moderno, quando o correto seria vê-la com as categorias da própria astrologia, as da tradição gnóstica. O problema não é, conforme sustenta o filósofo, que o horóscopo disfarce a submissão do indivíduo à racionalidade instrumental que predomina na sociedade com sistema simbólico comparativamente irracional e primitivo. A questão é o fato de o filósofo não lograr enxergar que, desde o ponto de vista gnóstico, endossado pela autora, o indivíduo pode conduzir-se legitimamente na vida cotidiana de acordo com signos inscritos em uma ordem cósmica e para ele interpretados pela sabedoria astrológica (Rezende, 2006, p. 249-252).

“Adorno fala da racionalidade filosófica, científica e técnica, mas há outras racionalidades não filosóficas, não científicas, não técnicas – outras sabedorias, outras culturas – que constituem também uma procura da verdade”.

Para Rezende (2006, p. 261), “a recusa a entender isso” – em vez de reflexão crítica e sociológica sobre a perpetuação do obscurantismo intelectual em meio a uma época que, objetivamente, se institui e avança com base na racionalidade do cálculo mercantil e na pesquisa tecnológica – “é [por isto] um intrigante fenômeno psicológico e filosófico”.

Concluindo-se a seção, resta, cínica e unicamente, lamentar que tenha faltado à autora a presença de espírito para, nesta refutação do pensamento crítico e da crítica à indústria cultural, afirmar que, além das colunas zodiacais dos jornais e revistas, também estes – o cálculo mercantil e o desenvolvimento tecnológico – são produto de “harmonia pré-estabelecida que liga os homens e as coisas de acordo com o movimentos sinfônico dos astros” (Rezende, 2006, p. 246).

6 CONCLUSÃO

Lopes (1990) observa, com razão, que a influência da Escola de Frankfurt sobre os pesquisadores brasileiros ocorreu, sobretudo, nos anos 1970. Naquela época, houve recepção favorável de seus escritos mais conhecidos, submetidos a uma chave de leitura histórico-materialista. Os pesquisadores brasileiros mais consequentes puseram em prática o entendimento de que a transformação da cultura em mercadoria deve ser entendida nas circunstâncias históricas concretas – tanto quando no bojo das necessidades de reprodução do capital –, e não em referência à difusão da ideologia dominante, embora nem sempre isto tenha sido bem elaborado epistemicamente.

Para Arruda, por exemplo,

na publicidade, o imediato é o produto concreto, ainda que esta apresentação implique a propagação de uma mensagem ideológica, enquanto na indústria cultural, ao contrário, é imediato o próprio discurso ideológico (Arruda, 1985, p. 18).

Aparentemente, a autora não crê que nos produtos da indústria tanto quanto no conteúdo da publicidade o que opera é a forma mercadoria (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 151).

De qualquer modo, a perspectiva significou, em vários aspectos, avanço em relação àquelas análises nas quais a teoria crítica se esgota na denúncia da veiculação da ideologia pelos meios de comunicação – conferir, por exemplo, Guareschi (1991). Em compensação, a estratégia assim adotada privou a prática da pesquisa dos meios para analisar o significado cultural dos fenômenos de mídia, bloqueando o caminho para entender suas manifestações como expressão do fetichismo da mercadoria.

O tratamento da indústria cultural como sinônimo de um conjunto de empresas ou um ramo da economia não somente colaborou para dar ao conceito sentido cada vez mais descritivo, mas também favoreceu o aparecimento de crescente

esquematismo em relação ao tratamento da natureza ideológica dos fenômenos assinalados por seu intermédio, algo que, embora apenas em parte, cumpre notar que realmente se encontra no próprio Adorno – conferir, por exemplo, Adorno (1995, p. 75-95) e Rüdiger (2004).

A recepção da teoria crítica no decênio seguinte foi muito marcada por essa situação. A crítica à indústria cultural tornou-se forma de pesquisa-denúncia e, com perdão do trocadilho, passou a ser denunciada pelos pecados do pessimismo radical, do imobilismo político e do elitismo cultural. O entendimento das comunicações como instrumento de transmissão de ideologia que se prendeu a ela conduziu a seu esgotamento epistemológico. A capacidade de renovação do enfoque revelou-se pequena diante do avanço das novas formas de hermenêutica culturalista entre os pesquisadores, e, nos campos em que o interesse por ela se manteve, a tendência foi a repetição escolástica de suas proposições – conferir, por exemplo, Costa (1995).

Nos anos 1990, a Escola de Frankfurt passou, por tudo isso, a ser considerada ultrapassada, deixando de ter interesse estratégico para os acadêmicos do campo de estudos da comunicação. As referências a ela feitas tornaram-se protocolares e seu espólio, cada vez menos conhecido, com uma ou outra exceção. Referir-se à perspectiva frankfurtiana passou a ser, a partir de então, mencionar teoria “da dominação ideológica através dos meios de comunicação”, na qual o povo é “visto como uma vítima extremamente subserviente da cultura reificada, sem qualquer condição de resistência senão a de integrar o público consumidor de ideologias (*sic*)” (Lopes, 1990, p. 51).

Atualmente, o panorama não é muito diferente, apesar dos movimentos de renovação do entendimento da teoria crítica da indústria cultural verificados no exterior e dos ensaios de emprego reflexivo de suas teses que têm ocorrido, entre os pesquisadores brasileiros, em campos do conhecimento vizinhos aos da comunicação.

O pensamento comunicacional que emana das engrenagens do próprio sistema social e de seus mecanismos de articulação impera sobre a vida acadêmica com cada vez mais força, começando intelectualmente na própria área de estudos de mídia (Rüdiger, 2007). A reflexão séria e responsável é agora, em geral, posta de lado pela produção e pela publicação mecânica e abundante de textos sem força epistêmica, para não dizer sem ideias, em que nada ou muito pouco de valor é registrado.

A coerência intelectual e a disciplina teórica, para não falar do trabalho de erudição, tornaram-se virtualmente inviáveis para a esmagadora maioria que, como massa, não para de expandir-se na vida acadêmica, em ambiente espiritual mais amplo em que o que conta é o volume da produção, o giro rápido dos chavões e o descarte sem avaliação do que, às vezes, nem chegou a ser efetivamente consumido.

Aparentemente, entrou-se em época na qual a atividade teórica, em todos os campos da vida social, está, em geral, esgotada, não por sua insuficiência, mas devido às próprias dimensões de problemas e circunstâncias do mundo histórico. A elaboração da realidade em conceito, mesmo que parcial, perdeu as condições favoráveis para sua proposição e, por esta via, também os sujeitos que seriam necessários ou capazes de conduzir tal tarefa com algum sucesso. A reflexão já não dispõe dos estímulos que a tornariam praticável e frutífera, até mesmo entre os setores que se beneficiam de formação acadêmica e intelectual privilegiada.

Por isso, crê-se que, entre os pesquisadores brasileiros e os estrangeiros, esperar-se-á fecundação do campo de estudos de mídia pela crítica à indústria cultural. De certo que pesquisas e ensaios por vir, aqui e ali, mal ou bem, revelarão sua influência e eventual potencial epistêmico e reflexivo. Porém, aparentemente, passou o tempo em que se podia entendê-la como programa de pesquisa sobre a cultura contemporânea com ancoragem institucional, no âmbito do campo de estudos da comunicação e fora deste.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz & Terra, 1995.
- _____. **Sobre a indústria cultural**. Lisboa: Angelus Novus, 2003.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ARRUDA, M. A. **A embalagem do sistema**. São Paulo: Duas Cidades, 1985.
- BOLAÑO, C. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: UFS, 1988.
- _____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Editora Hucitec, 2000.
- BURNETT, H. **Nietzsche, Adorno e um pouquinho de Brasil**. São Paulo: UNIFESP, 2011.
- CALDAS, W. **Acorde na aurora**. São Paulo: Nacional, 1977.
- CAPARELLI, S. **Ditaduras e indústrias culturais**. Porto Alegre: UFRGS, 1989.
- CARONE, I. Fascismo on the air. **Lua nova**, n. 55-56, p. 195-217, 2002.
- _____. Adorno e a educação musical pelo rádio. **Educação e sociedade**, v. 24, n. 83 p. 30-43, 2003.
- _____. Adorno e a música no rádio. In: PUCCI, B. *et al.* (Orgs.). **Tecnologia, cultura e formação... ainda Auschwitz**. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. A face histórica de On popular music. **Constelaciones de teoria crítica**, n. 3, p. 148-178, 2012.

COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1972.

_____. **Sociologia da comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1973.

_____. (Org.). **Theodor Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.

COSTA, B. G. Indústria cultural: análise crítica e possibilidades. In: PUCCI, B. (Org.). **Teoria crítica e educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.

COSTA, M. T. **O Programa Gil Gomes**. Campinas: UNICAMP, 1992.

COUTINHO, C. N. A escola de Frankfurt e a cultura brasileira. **Presença**, n. 7, p. 100-112, 1986.

DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

_____. **Indústria cultural, uma introdução**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

DUBIEL, H. **Theory and politics**. Cambridge: MIT Press, 1985.

DURÃO, F.; ZUIN, A.; VAZ, A. (Orgs.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.

FACHEL, O. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.

GATTI, L. Indústria cultural e crítica da cultura. In: NOBRE, M. (Org.). **Curso livre de teoria crítica**. Campinas: Papirus, 2008.

GOLDENSTEIN, G. **Do jornalismo político à indústria cultural**. São Paulo: Summus, 1987.

GUARESCHI, P. Comunicação e teoria crítica. In: _____. **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 1991.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HARBERT, A. **Fotonovela e indústria cultural**. Petrópolis: Vozes, 1973.

JAMBEIRO, O. **Canção de massa**. São Paulo: Pioneira, 1975.

JAY, M. **As ideias de Adorno**. São Paulo: Cultrix, 1988.

LIMA, L. C. (Org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Saga, 1969.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 1990.

LOUREIRO, R.; ZUIN, A. (Orgs.). **A teoria crítica vai ao cinema**. Vitória: Ufes, 2010.

- MARCONDES FILHO, C. **O discurso sufocado**. São Paulo: Paulinas, 1982.
- _____. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1988a.
- _____. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988b.
- _____. **Da escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea**. São Paulo: Paulus, 2011.
- MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1967.
- _____. **Cultura & sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1998. v. 2.
- MELO, J. M. Desafios da pesquisa latino-americana de comunicação. **Simpósios em comunicações e artes**, São Paulo, v. 5, 1990.
- MERQUIOR, J. G. **Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- MOREIRA, R. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1979.
- MORELLI, R. **A indústria fonográfica**. Campinas: UNICAMP, 1991.
- NEGT, O.; KLUGE, A. **Öffentlichkeit und Erfahrung**. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1972.
- ORTIZ, R. A Escola de Frankfurt e a questão da cultura. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 1, p. 43-65, 1986.
- _____. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- _____. A produção industrial e cultural da telenovela. In: BORELLI, S.; RAMOS, J. M. O.; ORTIZ, R.. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PUCCI, B. (Org.). **Teoria crítica e educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- PUTERMAN, P. **Indústria cultural: a agonia de um conceito**. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- REZENDE, V. **Luzes e estrelas: Adorno e a astrologia**. São Paulo: Humanitas, 2006.
- ROSA, R. **Música e mitologia do cinema**. Ijuí: Unijuí, 2003.
- RUBIM, A. A. **Capitalismo e comunicação**. Salvador: UFBA, 1988.
- RÜDIGER, F. A escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, A.; FRANÇA, V.; MARTINO, L. (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

_____. Você S. A., ou Eu, Cia. Ltda? *In*: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PESQUISA EM PÓS-GRADUAÇÃO. **Anais...** Porto Alegre: PUCRS, 2003.

_____. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural**. Porto Alegre: PUCRS, 2004.

_____. A comunicação no saber pós-moderno: crítica, episteme e epistemologia. *In*: FERREIRA, F. (Org.). **Cenários, teorias e epistemologias da comunicação**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

_____. Love on-line: paixão e poder no mundo da cibercultura. **Galáxia**, n. 16, p. 61-78, 2008.

_____. Kraftwerk: tecnocultura de mercado e estética maquinística. **Cibercultura e pós-humanismo**, Porto Alegre, 2009.

SILVA, C. E. L. Indústria cultural e cultura brasileira. **Encontros com a civilização brasileira**, n. 25, p. 167-194, 1980.

_____. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982.

_____. **Muito além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

SOARES, J. C. **Marcuse, uma trajetória**. Londrina: UEL, 1999.

TASCHNER, G. **Folhas ao vento**: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

VAIDEGORN, J.; BERTONI, M. **Indústria cultural e educação**. Araraquara: Junqueira & Marin, 2003.

VIANA, N. (Org.). **Indústria cultural e cultura mercantil**. Rio de Janeiro: Corifeu, 2007.

_____. O cinema segundo Walter Benjamin. **Espaço acadêmico**, n. 66, 2006.

WIGGERSHAUS, R. **The Frankfurt School**. Cambridge: MIT Press, 1994.

WILTON, M. **A rosa púrpura de cada dia**. 1986. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Arte, São Paulo, 1986.

_____. **Sujeito, o lado oculto da recepção**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

WINCKLER, C. **Pornografia e sexualidade no Brasil**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1983.

ZUIN, A. **Indústria cultural e educação**. São Paulo: Editores Associados, 1999.

ZUIN, A.; PUCCI, B. (Orgs.). **Teoria crítica, estética e educação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

ZUIN, A.; PUCCI, B.; OLIVEIRA, N. R. **Adorno**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHACON, V. (Org.). **Humanismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1970.

COELHO, M. **Crítica cultural**. São Paulo: Publifolha, 2006.

COELHO, T. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

FREITAG, B. A relação entre a indústria cultural e a educação no Brasil. *In: _____*. **Política educacional e indústria cultural**. São Paulo: Cortez, 1987.

JACKS, N. **A recepção na querência**. 1993. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

NOBRE, M. (Org.). **Curso livre de teoria crítica**. Campinas: Papirus, 2008.

PUCCI, B. *et al.* (Orgs.). **Tecnologia, cultura e formação... ainda Auschwitz**. São Paulo: Cortez, 2003.

A ESCOLA DE CHICAGO E A HISTÓRIA DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL*

Édison Gastaldo**

Adriana Braga***

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste capítulo é apresentar alguns dos principais elementos teóricos da chamada Escola Sociológica de Chicago e sua apropriação pelos estudos de comunicação no Brasil, em perspectiva histórica. Trata-se de uma primeira aproximação a este campo teórico, sem pretensão de ser exaustiva em termos teóricos nem no relato de sua dispersão pela obra de todos/as os/as autores/as que se dedicaram a pesquisas nesta perspectiva. A intenção é trazer para o/a leitor/a um painel que permita acerrar-se deste campo teórico como uma primeira referência para estudos mais aprofundados.

A produção teórica da chamada Escola de Chicago tem sido considerada uma vertente disciplinarmente ligada à sociologia norte-americana. Seus traços mais distintivos seriam: *i)* a ênfase metodológica na pesquisa empírica – etnográfica, em particular; *ii)* o foco na análise de situações sociais particulares – também chamada de “microsociologia”; e *iii)* a exploração do fenômeno urbano como campo de pesquisa preferencial. Teoricamente, a perspectiva de Chicago fundamenta-se no chamado pragmatismo norte-americano do final do século XIX, notadamente na filosofia de William James, George Herbert Mead e Charles S. Peirce, bem como na sociologia formal, de Georg Simmel, ou seja, um campo teórico multidisciplinar desde suas origens. Para além da importância e da pertinência da Escola de Chicago para o pensamento social contemporâneo, este capítulo busca ressaltar, entre as várias aplicações desta perspectiva teórico-metodológica, a análise de práticas midiáticas a partir de textos clássicos desta escola, bem como uma história de sua apropriação pelos estudos de comunicação no Brasil.

* Uma versão preliminar e reduzida deste capítulo foi inicialmente publicada em Braga e Gastaldo (2009).

** Professor no Departamento de Letras e Ciências Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRRJ e professor no Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

*** Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio e coordenadora do Grupo de Trabalho Recepção, Usos e Consumo Midiático da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

Após uma releitura das origens e principais fundamentos do pensamento de Chicago, será discutida a noção de *definição da situação*, de William Thomas, a perspectiva da interação simbólica de George H. Mead, o programa de estudos proposto por Herbert Blumer para os fenômenos midiáticos e a perspectiva interacionista de Erving Goffman. Ao final, serão apresentados alguns dos principais autores/as e trabalhos que seguem esta tradição de pesquisa nos estudos de comunicação brasileiros, desde meados dos anos 1970 até os dias de hoje.

2 A TRADIÇÃO DE CHICAGO

A Universidade de Chicago foi fundada no final do século XIX, a partir de uma iniciativa do milionário John Rockefeller, que queria desenvolver no meio-oeste americano uma universidade à altura das tradicionais instituições da costa leste. Para tal empreendimento, contratou-se o filósofo Albion Small, que daria início a uma das principais vertentes do pensamento sociológico contemporâneo. O Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago nasceu junto com a própria universidade, em 1890. Sua estrutura acadêmica era diferenciada com relação às tradicionais universidades americanas, que operavam em sistema de cátedra vitalícia, em que a vida intelectual de cada departamento gravitava em torno da figura de um catedrático. Em Chicago, havia uma grande interlocução entre os diferentes departamentos e, sem catedráticos, as bases para uma grande inovação teórica e metodológica no pensamento social – fundamentadas justamente no trânsito interdisciplinar – estavam lançadas.¹

Por sua própria natureza de empreendimento científico coletivo, é difícil atribuir à Escola de Chicago um fundador, embora se possa apontar alguns de seus principais mentores e suas respectivas contribuições. O fundamento epistemológico principal desta escola reside no chamado pragmatismo norte-americano, corrente da filosofia desenvolvida por William James a partir da obra de Charles Sanders Peirce.² O pragmatismo tinha como premissa uma teoria do significado, segundo a qual uma *concepção* – o significado racional de uma expressão – consiste em seus efeitos sensíveis sobre a conduta da vida (Abbagnano, 1998). Esta premissa aparentemente simples, que relaciona o saber à experiência concreta, implica uma profunda orientação filosófica relativista e empiricista, que daria em boa medida o caráter distintivo da perspectiva desta escola. Em 1914, o Departamento de Sociologia contratou um jovem jornalista, que havia passado vários anos estudando na Europa: Robert Ezra Park. Em Berlim, Park havia assistido a palestras ministradas por um *Privatdozent*³ muito popular entre

1. Para uma boa revisão sobre a gênese e o desenvolvimento da Escola de Chicago, ver Winkin (1998).

2. Particularmente o artigo *Como tornar claras as nossas ideias*, de 1878 (Peirce, 1975).

3. Categoria profissional na academia alemã de então, que consistia em um reconhecimento da titulação do professor, sem vínculo empregatício. Para auferir rendimentos, o *Privatdozent* podia dar palestras e cobrar ingressos.

o grande público, mas pouco entre os acadêmicos, chamado Georg Simmel.⁴ A sociologia formal proposta por Simmel buscava isolar, das situações da vida cotidiana, os elementos formais, estruturantes. Uma sociologia distinta das análises marxistas, weberianas ou durkheimianas. Cada uma a seu modo, todas as três principais teorias sociológicas pensaram a sociedade de um ponto de vista global, como um fenômeno amplo; Simmel partiu do ponto de vista do empiricamente observável, das situações da vida cotidiana, para, a partir daí, pensar a vida em sociedade e suas dinâmicas.

Tendo conhecido Simmel pessoalmente, Park obteve dele direitos de tradução e publicação de sua obra em inglês. Desta forma, a obra de Simmel, publicada pela University of Chicago Press por iniciativa de Park, a partir da década de 1910, faria da obra do filósofo alemão uma referência nas ciências sociais norte-americanas, e um dos fundamentos da teoria sociológica de Chicago. Mesmo destacando vários pontos de convergência atribuídos a esta escola, é importante ressaltar que esta denominação foi feita *a posteriori*. No interior do próprio departamento, entre os anos 1920 e 1950, não havia o reconhecimento de que seus membros constituíam uma “escola”. Howard S. Becker, um ilustre egresso do departamento nos anos 1940-1950, em uma entrevista publicada no Brasil (Becker, 1975), critica o uso deste termo, na medida em que ele ocultaria os conflitos e as diferenças teóricas, metodológicas e pessoais, que eram bastante grandes entre os estudiosos envolvidos.

Centrados em uma perspectiva naturalista, os estudos de Chicago foram pioneiros ao explorar etnograficamente os meandros de uma metrópole multicultural: a Chicago dos anos 1930. Época de Al Capone e da Lei Seca, uma cidade cercada por guetos de imigrantes das mais diferentes nacionalidades e idiomas, em um país devastado pela crise econômica de 1929. Neste período, foram publicados trabalhos clássicos de antropologia urbana, como *Street corner society*, de William Foote White (1943),⁵ uma etnografia feita em um cortiço italiano ou *Black metropolis*, de St. Clair Drake e Horace Cayton (1945/1993), com introdução de Richard Wright e prefácio de William Wilson, sobre a formação e a vida cotidiana dos guetos negros de Chicago.

O período em que o Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago dominou a cena acadêmica norte-americana – entre os anos 1920 e 1950 – foi também o período em que surgiram e foram implementados os meios de comunicação de massa eletrônicos naquela sociedade: o rádio, nos anos 1920, e a televisão, a partir dos anos 1930. As profundas transformações ocorridas nos Estados Unidos ao longo do século XX e a participação das mídias eletrônicas neste processo foram percebidas e

4. Simmel só conseguiria um emprego na Universidade de Berlim em 1915, três anos antes de falecer.

5. Em 2007, a editora Jorge Zahar publicou uma versão em português intitulada *A sociedade de esquina* (White, 2007).

analisadas, ainda que inicialmente, por pesquisadores/as desta tradição. Mesmo quando não tratam diretamente de fenômenos midiáticos, a representação da sociedade como ação coletiva fornece um quadro teórico consistente para o estudo de fenômenos desta natureza. A seguir, serão discutidas as obras de alguns dos principais autores desta corrente e seus aportes teóricos ao estudo de fenômenos comunicacionais em situação natural de ocorrência.

3 WILLIAM I. THOMAS E A DEFINIÇÃO DA SITUAÇÃO

Em um texto de 1923, o sociólogo William Isaac Thomas cunhou um termo que se tornaria central na teoria de Chicago: a “definição da situação”. Naquele texto, Thomas a define da seguinte maneira: “Previamente a qualquer ato de conduta autodeterminado, existe sempre um estágio de exame e deliberação que podemos chamar de definição da situação” (Thomas, 1923, p. 26, tradução nossa).⁶

A noção de definição da situação é relativamente simples, mas descreve uma etapa fundamental da vida em sociedade: qualquer ação social é precedida por uma definição por parte de cada indivíduo envolvido, a partir da qual será escolhida uma linha de ação a ser seguida, entre as possibilidades disponíveis. A formulação clássica deste princípio seria conhecida como o Teorema de Thomas, de 1928: “Se as pessoas definem uma situação como real, ela será real em suas consequências” (*idem, ibidem*, tradução nossa).⁷

É importante desenvolver alguns desdobramentos deste princípio. Em primeiro lugar, evidenciando a perspectiva pragmatista, a preocupação não está em definir a “natureza” ou “essência” das coisas, não importa que “as coisas” sejam ou não reais. Se elas forem definidas de maneira diferente, suas consequências serão bastante distintas. Um exemplo: se o Tribunal do Santo Ofício decidisse (definisse) que uma mulher era bruxa, ela queimaria na fogueira, pouco importando o que ela fosse ou não, ou mesmo se existe a bruxaria. O mesmo se aplica a internos em um manicômio ou a detentos em uma penitenciária: a definição da situação é um processo fundamentalmente social, e, embora esteja ao alcance de qualquer sujeito, as diferentes definições propostas a uma mesma situação refletem as relações de poder entre os/as diferentes proponentes. Todos/as podem e de fato definem suas situações cotidianas, mas algumas destas definições são mais “fortes” que outras, mais “legítimas”. E aqui os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na consolidação de pontos de vista dominantes, na legitimação de certas definições e na desqualificação – ou em geral, silenciamento – de definições concorrentes, processo ideológico sobre o qual tanto já se escreveu.

6. No original: “Preliminary to any self-determined act of behavior there is always a stage of examination and deliberation which we may call the definition of the situation”.

7. No original: “If men define a situation as real, it will be real in their consequences.”

Normalmente, ao se aplicar essa noção a fenômenos midiáticos, considera-se somente a definição da situação proposta pelo discurso dos meios, sendo esta definição vista como expressão da ideologia ou da hegemonia de grupos de cujos interesses os meios são porta-vozes. Não há um maior problema nisto, a não ser pelo fato de que explorar somente este aspecto deixa de lado uma parte fundamental do fenômeno. Os estudos de recepção, já há longas décadas, demonstraram o papel ativo exercido pelas audiências na interpretação dos conteúdos midiáticos. O que a noção de definição da situação possibilita interpretar é justamente o modo pelo qual, na situação natural em que as práticas midiáticas ocorrem, diferentes definições são negociadas pelos/as participantes da situação. Um exemplo lúdico: na pesquisa etnográfica que um dos autores realizou sobre recepção coletiva de futebol midiático (Gastaldo, 2005), ficou claro o desafio constante por parte dos/as torcedores/as à definição dos fatos do jogo pelos locutores e comentaristas, que são chamados de “burros”, “cegos”, “antas” e outros qualificativos menos publicáveis. A lógica da mídia – supostamente, a definidora “legítima” de todas as situações por excelência – é ridicularizada pela audiência quando se trata de definir o que está acontecendo em um campo de futebol. Outro trabalho que contrasta distintas definições de um mesmo fenômeno midiático é o de Rosane Prado (1998) que, entrevistando mulheres de uma pequena cidade do interior paulista sobre personagens femininas de novela, resgata um painel complexo e por vezes contraditório de sentidos atribuídos a cada personagem pelas entrevistadas.

4 GEORGE HERBERT MEAD E A INTERAÇÃO COMUNICATIVA

George Herbert Mead é um dos maiores nomes da filosofia norte-americana, fundador do Pragmatismo, ao lado de Charles Sanders Peirce, William James e John Dewey. Publicou numerosos artigos durante sua vida, além de publicações póstumas, influenciando fortemente a teoria social do século XX. Suas teorias sobre mente e *self* forneceram as bases para o desenvolvimento do interacionismo simbólico. Além disto, o autor contribuiu de modo significativo para o campo da filosofia, sendo considerado por muitos/as estudiosos/as um pensador de importância incontestável.

Em 1892, Mead recebeu um cargo administrativo na recém-criada Universidade de Chicago, que se organizava em torno de três departamentos principais: estudos semíticos, literatura clássica e filosofia. A partir daí, o Pragmatismo Americano ganhou um novo centro na Universidade de Chicago. Nesta instituição, onde permaneceu até a morte, em 1931, Mead estabeleceu-se fez carreira, prestando importantes contribuições nas áreas da psicologia social e da filosofia.

Vera França (2007) empreendeu uma releitura do clássico livro póstumo de Mead, *Mind, self and society* (1934/1974) na tentativa de sistematizar as contribuições da vertente sociológica chamada Interacionismo Simbólico para o campo da comunicação. A autora destacou várias noções desenvolvidas por Mead nesta obra, ressaltando como ponto central de sua reflexão a relação entre experiência e condições de produção, o contexto que a viabiliza. Neste sentido, a comunicação seria inseparável do ato social no qual participa na realização. A comunicação seria a mediação que viabiliza atividades cooperativas em uma sociedade.

A partir da distinção proposta por Mead entre gesto e gesto significativo, França defende a especificidade do objeto comunicacional. Objetos de toda ordem estão em constante interação. Entretanto, “nem toda interação é comunicativa” (França, 2007, p. 8). A utilização de gestos significativos, a presença da significação e da linguagem indicaria uma interação comunicativa, terreno de estudos da comunicação. A obra mais famosa de Mead expressa no título os pontos centrais do modo como ele compreende a atividade humana. Mente, *self* e sociedade figuram na sua teorização como diferentes perspectivas do ato social, sua unidade básica de análise. O autor diverge dos behavioristas ao ultrapassar a equação estímulo-resposta desta vertente, considerando a especificidade humana de atribuição de significado às coisas do mundo. Para Mead, o *ato*, unidade completa de conduta humana, origina-se de um impulso que gera percepção, atribuição de sentido, ponderação dos/as participantes e um desfecho final, processo impossível de ser analisado a partir de apenas uma de suas partes. Estabelece-se aqui uma forte convergência com a perspectiva peculiar aos estudos de recepção e usos midiáticos, uma vez que a noção de sociedade de Mead pressupõe indivíduos conscientes, que ativamente interpretam o mundo em processos relacionais.

É interessante, neste sentido, trazer como exemplo a pesquisa de uma das autoras deste capítulo (Braga, 2008) sobre usos sociais da internet entre um grupo de mulheres frequentadoras de um blog. Naquele estudo etnográfico, fundamentado na perspectiva da interação comunicativa, fica evidente o papel desempenhado pela interpretação de cada participante na dinâmica daquela interação coletiva. Não foram poucos os conflitos, as tensões e os mal-entendidos devidos a compreensões distintas dos signos apresentados a partir da experiência pessoal de cada participante. O espaço da interação é definido pelo grupo como um “boteco”, local de sociabilidade, mas um boteco feito de discurso, construído por redes de interações comunicativas. Uma aplicação contemporânea de um princípio filosófico pragmatista.

Ao descrever o ato social como uma relação ternária ou triádica, Mead distingue o ato humano daqueles dos animais, fisiologicamente determinados, tornando-se, por isto, previsíveis e estáveis.⁸ Na sociedade humana, entendida como

8. A concepção triádica do *self* ecoa fortemente a semiótica peirceana, uma das principais influências de Mead. Sobre a concepção sociosemiótica da identidade, ver o excelente artigo de Fernando Andacht (2004).

ação coletiva, uma pessoa percebe as ações da outra ao mesmo tempo que pode imaginar suas ações subsequentes de modo a responder de maneira adequada – na “arte” a que Goffman (1998) chama “gerenciamento da impressão”. Assim, a sociedade é entendida como uma série de interações cooperativas, apoiadas na utilização de símbolos, que possuem significados compartilhados pelos indivíduos. Para Mead, um gesto que possua significado compartilhado é um “símbolo significativo” (Mead, 1974, p. 327).

O fato de, através da consciência, ser possível colocar-se no lugar do outro aponta para a noção do *self*. Contemporâneo dos estudos de Freud sobre o psiquismo humano, Mead propõe a distinção entre *eu* (*I*) e *mim* (*me*), na qual o primeiro seria o lado espontâneo, impulsivo e imprevisível do indivíduo, enquanto o segundo seria o “outro generalizado” (Mead, 1974, p. 154), consciente dos papéis, comportamentos e valores compartilhados pelo grupo e socialmente aceitáveis, numa aproximação às noções fulcrais de *id*, *ego* e *superego* de Freud (p. 255).

Esta divisão entre *eu* e *mim* permite a concepção de *mente*, uma vida interior animada pela interação entre o indivíduo e ele mesmo. As pessoas seriam capazes de se sentirem orgulhosas, felizes ou revoltadas consigo mesmas como se olhassem de fora, do ponto de vista dos outros. A reflexão adia a ação enquanto o indivíduo interpreta e atribui sentido aos estímulos, visando prever possíveis desfechos, selecionar e tomar alternativas (Mead, 1974, p. 26).

Nesse sentido, o indivíduo passa a ser visto como agente ativo no mundo e não meramente reativo, na medida em que pode prever situações e adaptar-se ou preparar-se para elas. Em Mead, o sujeito, com sua capacidade racional, utiliza gestos significativos, adota papéis sociais, vê-se como objeto da ação de si mesmo. Internalizadas as regras sociais, o sujeito procura comportar-se de modo coerente. Reflexivamente, prepara-se para as interações sociais: simbólicas e comunicativas. A noção de sujeito tão cara aos estudos de recepção, plenamente teorizada.

5 HERBERT BLUMER: UM PROGRAMA PARA ESTUDAR A MÍDIA

Herbert Blumer é um dos principais autores da Escola de Chicago, responsável pela continuidade do pensamento dos fundadores, particularmente de George Herbert Mead, de quem foi discípulo, e influenciando alunos notáveis, como Howard Becker e Erving Goffman. A principal contribuição de Blumer consiste em sua sólida concepção metodológica da pesquisa em ciências sociais, fundamentada em dados empíricos com ênfase na coleta de dados em situação natural de ocorrência.

No final dos anos 1950, Blumer publicou o artigo *Suggestions for the study of massmedia effects*, visando fornecer um quadro teórico-metodológico para a análise dos fenômenos relativos à interação dos meios de massa com os/as participantes

da audiência. Ele inicia criticando o modo pelo qual as pesquisas funcionalistas de então buscavam dar conta dos “efeitos” dos meios de massa, em uma arquitetura metodológica ainda hoje empregada sem muita autocrítica: *i)* considera-se o meio ou o conteúdo como uma variável independente; *ii)* seleciona-se uma amostra do público sobre o qual se quer aferir os efeitos – por exemplo, jovens de classe média de 14 a 17 anos; e *iii)* exhibe-se o conteúdo ao público e, por meio de questionários, extraem-se inferências generalizáveis sobre os efeitos do conteúdo sobre a audiência.

A crítica de Blumer a este procedimento consiste em apontar inconsistências em cada um dos procedimentos: *i)* é difícil considerar o conteúdo como uma variável independente, dado o caráter variante e mutável dos produtos de mídia: nenhum telejornal, capítulo de novela ou episódio de seriado é igual a nenhum outro, cada um faz parte de um sistema que é preciso compreender globalmente, em contexto; *ii)* é difícil considerar seriamente um agregado indistinto como a audiência em termos de amostragem, dado o caráter variante e mutável da sensibilidade das pessoas em contato com os meios a diferentes temas e conteúdos, bem como o processo de interpretação que se estabelece entre a apresentação e seus supostos efeitos – o que hoje é chamado de mediação; e *iii)* a impossibilidade de se isolar um meio de comunicação e seus conteúdos do fluxo geral da vida cotidiana sem que se perca o fenômeno,⁹ isto é, é preciso sempre ter em mente que os diferentes meios não se apresentam como variáveis isoladas – ou isoláveis – de uma rede complexa de inter-relações com outras coisas do mundo. Um jornal se faz com televisão, rádio, telefone, conversação, *e-mail* etc. Assim, é muito pouco provável que se consiga isolar o consumo de uma mídia da rede de inter-relações na qual ela ocorre, nem o uso de um meio de seu contexto interacional.

Uma dificuldade adicional surge, porque qualquer influência que seja exercida pelas apresentações da mídia depende do modo pelo qual as pessoas recebem e lidam com essas apresentações. Seus interesses, suas formas de receptividade, indiferença ou oposição, sua sofisticação ou ingenuidade e seus esquemas de definição já estabelecidos condicionam o modo pelo qual elas inicialmente recebem as apresentações (Blumer, 1969, p. 187-188, tradução nossa).¹⁰

Ou seja, na perspectiva de Blumer, é impossível qualquer consideração sobre os efeitos da mídia se não se levar em conta as condições sociais do processo de mediação – a que ele denomina processo interpretativo. A posição de Blumer implica uma virada metodológica em direção a abordagens naturalistas, de modo

9. Como na expressão de Garfinkel (1967).

10. No original: “Further difficulty arises because whatever influence is exerted by the presentations of mass media depends on the way in which people meet and handle such presentations. Their interests, their forms of receptiveness, indifference or opposition, their sophistication or naiveté, and their established schemes of definition set the way in which they initially receive the presentations.”

a construir um quadro de referência mais condizente com as circunstâncias em que *de fato* os fenômenos midiáticos ocorrem.

O que parece ser necessário é um esquema diferente de análise – um [esquema] que respeite os aspectos centrais do processo midiático tal como ele ocorre no mundo dos acontecimentos reais. (...) Os aspectos centrais desse processo parecem ser: o caráter variante e mutável das apresentações da mídia, o caráter variante e mutável da sensibilidade do público atingido pela mídia, o processo de interpretação que intervém entre a apresentação e seu efeito, a relação interdependente entre as formas de comunicação, e a incorporação da mídia, suas apresentações e as pessoas em um mundo de eventos em curso, que implica um caráter processual a cada uma delas (Blumer, 1969, p. 191, tradução nossa).¹¹

Para Blumer, tal perspectiva reduziria o risco de se representar a audiência como um agregado mais ou menos homogêneo, que meramente reagisse a estímulos, em vez de considerá-la como pessoas em situações concretas, forjando definições a partir dos quadros de sua experiência.

É evidente que tal mudança de perspectiva teórica implica uma radical mudança de perspectiva metodológica. Em seu ponto de vista, a análise de variáveis, técnica dominante em pesquisas do estilo *survey* como as que ele tanto critica, deve dar lugar a técnicas de orientação antropológica, como observação etnográfica e entrevistas. O texto de Blumer não traz nenhum caso empírico analisado; trata-se, como o próprio título indica, de um programa de estudos, sugestões para futuras pesquisas. Assim, é interessante cotejar, a título de ilustração, um estudo piloto realizado por um casal de pesquisadores ligados à Universidade de Chicago, Kurt e Gladys Lang, no final dos anos 1940 (Lang e Lang, 1976), que realiza, *avant la lettre*, muitas das sugestões de Blumer. Neste estudo pioneiro, realizado ainda nos primórdios das transmissões televisivas fora de estúdio, o casal analisou etnograficamente a transmissão de um evento público de grande porte, tratando o ponto de vista da televisão como *uma* das perspectivas presentes na situação. O evento a ser analisado era a chegada em Chicago do general Douglas MacArthur – comandante-geral das forças aliadas no final da Segunda Guerra Mundial – e Jean MacArthur, sua esposa. O casal participaria de um desfile e, no momento máximo do evento, inauguraria uma ponte em homenagem aos soldados americanos mortos na guerra. O evento foi coberto por um total de seis câmaras de televisão, número apresentado com espanto pelo locutor como a maior cobertura de televisão jamais ocorrida.¹² O evento concentrou

11. No original: "What seems to be needed is a different scheme of analysis – one that will respect the central features of the mass communicative process as it exists in the world of real happening. (...) ... The features of this process seem to be: the variant and changing character of the presentations of the media, the variant and changing character of the sensitivities of people touched by the media, the process of interpretation that intervenes between the presentation and its effect, the interdependent relationship between forms of communication, and the incorporation of media, presentations and people in a world of moving events that impart an evolving character to each of them."

12. É importante considerar o pioneirismo deste estudo. Na época (1948), ainda não havia televisão em nenhum país da América Latina.

uma multidão de milhares de pessoas ao longo do trajeto e principalmente na ponte, onde haveria os discursos e as solenidades de inauguração. Para compreender as diferentes perspectivas da situação, os Lang contaram com o auxílio de mais de trinta pesquisadores/as assistentes, que foram distribuídos/as em pontos privilegiados de observação, junto à multidão, além de transcrição e descrição sistemática da transmissão de TV – na época, ainda não havia *videotape* –, e da coleta de dados de apoio, como os números de tráfego do transporte público naquele dia e o volume de vendas de ambulantes, lanchonetes e restaurantes das redondezas do evento.

O estudo do casal Lang é notável pela clareza com que antecipa alguns aspectos centrais dos processos ligados à midiaticização, ao contrastar dados do registro sistemático da experiência pessoal na situação com o registro sistemático da transmissão televisiva. A discrepância entre as duas situações transparece nos registros. A maior parte dos relatos trata a experiência de participar da solenidade como frustrante, ao passo que a transmissão de TV foi entusiástica, mostrando cenas que atestavam uma multidão em júbilo, quando os relatos de campo deixam claro o júbilo encenado *para as câmaras*, desvanecendo-se a euforia da multidão tão logo a unidade móvel da TV passasse.

O exame de um acontecimento público pela observação da massa e pela televisão mostrou discrepâncias consideráveis entre essas duas experiências. O contraste em termos de perspectiva aponta para três itens cuja relevância para a estruturação de um acontecimento televisionado pode ser deduzida de uma análise de conteúdo da televisão:

1. A distorção tecnológica, isto é, a sequência necessariamente arbitrária dos acontecimentos televisionados e a sua estrutura em termos de primeiros planos e planos de fundo, que, ao mesmo tempo, implicam escolhas da parte do pessoal da televisão sobre o que é importante ou não;
2. A estruturação de um acontecimento por um apresentador, cujo comentário é necessário para interligar as passagens de uma câmara para outra, dos planos longos para os curtos, ajudando o espectador a obter uma orientação estável a partir de uma perspectiva específica;
3. Os efeitos recíprocos, que modificam o próprio acontecimento mediante a sua encenação de forma a torná-lo mais adequado à transmissão por televisão, e impondo junto aos atores a consciência de estar representando para uma vasta plateia (Lang e Lang, 1976, p. 147).

O estudo de Lang e Lang é ilustrativo do tipo de perspectiva projetada por Blumer, na medida em que, compreendendo a situação de interação midiaticizada em suas múltiplas dimensões, aparecem as linhas de força, as transformações do acontecimento pela presença da televisão, que, naquele momento, passava a ser mais importante que o próprio acontecimento: apesar do alegado patriotismo da multidão apresentado na transmissão de TV, vários/as dos/as informantes

entrevistados/as relataram estar no evento para ter a chance de “aparecer na televisão”. Uma transformação no ordenamento social cotidiano do século XX, captada etnograficamente *in status nascendi*.

6 ERVING GOFFMAN E A ORDEM DA INTERAÇÃO

Um dos autores ligados ao grupo de Chicago que melhor desenvolveu a contribuição teórica de William Thomas foi Erving Goffman. Desde seus primeiros escritos e ao longo de toda sua vasta obra, Goffman mostra-se bastante concentrado no modo pelo qual a resultante deste mosaico de definições de cada situação compõe o quadro mais amplo da vida em uma sociedade, e o quanto cada sujeito que nela vive depende, para suas atividades cotidianas, de definir adequadamente o que está acontecendo. No estudo de práticas de uso e consumo de mídia, um ponto importante para a observação parece ser justamente a dinâmica da apresentação do *self* de cada participante na situação de interação, uma vez que estas práticas são mediadas por definições – amplamente negociadas – acerca do que é certo, bom ou chique, conforme o sistema de valores do circuito interacional em questão.

The presentation of self in everyday life, o primeiro livro de Goffman, foi publicado a partir de sua tese de doutorado defendida na Universidade de Chicago – *Communication conducts in an island community*, de 1953. O livro foi um sucesso de vendas desde sua primeira edição, tendo vendido mais de 2 milhões de exemplares, traduzido em 17 idiomas, em contínuas edições desde 1959. No Brasil, este livro foi traduzido como *A representação do eu na vida cotidiana*, e estava, em 2009, na 16ª edição ininterrupta desde 1975. O título que o livro ganhou em português é provavelmente uma má tradução: *presentation* é apresentação, e não representação; *self*, como foi visto, é um conceito central na teoria sociológica de Chicago – na tradução, o termo “eu” sugere a existência de um ente interior em oposição ao sujeito social, externo, o que contraria tanto a posição de Mead quanto a do próprio Goffman, em uma desnecessária psicologização da noção de *self*.

Desse livro, é importante destacar dois pontos para discussão. Em primeiro lugar, a noção de *definição da situação*. Como visto, esta noção é central para se compreender o modo como as pessoas orientam suas ações na vida cotidiana. Uma definição equivocada da situação pode causar constrangimentos. Definir corretamente a situação é fundamental para a vida de qualquer pessoa que viva em sociedade, para entender o que está acontecendo e se alinhar do melhor modo possível às diferentes situações e suas mudanças.

Nesse ponto, pode parecer que a noção de definição da situação seja uma prerrogativa individual, um processo mental. Cada um definiria a situação como melhor lhe aprouvesse. Mas não é bem assim, existem diferentes maneiras de se

definir uma mesma situação, e elas estão permeadas por relações de poder – quem tem o poder de definir mais legitimamente o que está acontecendo ou, numa dimensão mais individual ainda, o que alguém ou alguma coisa “é”. A seguir um exemplo trazido por Howard Becker (2004):

Consideremos o caso da maconha. As pessoas que a usam têm uma linguagem para se referir a ela. Elas falam em “viajar”, e têm muitos sinônimos para maconha, referindo-se a ela, por exemplo, como “marofa”. (...) Outras pessoas, cujos mundos também incluem a maconha – médicos, advogados, policiais – terão outras palavras para as mesmas coisas, talvez falando de “adição”, “*cannabis*”, e “traficantes”. (...) O modo pelo qual as coisas são chamadas quase sempre reflete relações de poder. As pessoas no poder chamam as coisas do que quiserem, e as outras têm que se ajustar a isso, talvez usando suas próprias palavras em privado, mas aceitando aquilo de que não podem escapar (Becker, 2004, p. 102).

A definição de uma situação implica uma relação de poder na medida em que algumas definições são mais legítimas que outras, e esta legitimidade é resultante de quem tem o poder de propor e sustentar esta definição. A diferença entre um militante de esquerda e um subversivo, por exemplo – para pensar em categorias típicas da não tão distante ditadura militar –, é questão de definição da situação.¹³

Pode-se usar uma categoria goffmaniana, a de “comunicação imprópria”, para dar um exemplo de como equívocos na definição da situação podem tornar-se questões de Estado. Goffman chama de comunicação imprópria a ação decorrente de uma definição equivocada da situação, quando alguém fala e faz coisas como se estivesse em um lugar apropriado, quando não está. No início dos anos 1990, o então poderoso ministro da Fazenda Rubens Ricúpero conversava com um repórter, pouco antes de dar uma entrevista para a Rede Globo de televisão. Enquanto a câmera e o microfone eram ajustados, aquelas imagens estavam sendo transmitidas por micro-ondas para a unidade móvel, que enviaria o sinal oficial com a entrevista ao vivo para todo o país. O que dizia o ministro, nos bastidores da entrevista? Ele dizia, entre sorrisos, “eu não tenho escrúpulos: o que é bom, a gente mostra; o que é ruim, a gente esconde.” Acontece que algumas antenas parabólicas de residências próximas ao local da entrevista captaram o sinal de micro-ondas da câmera; algumas pessoas gravaram as imagens em videocassetes, e mandaram para emissoras de televisão. O ministro renunciou.

Não há maior problema em mostrar o que é bom e esconder o que é ruim, o caso é se os outros ficarem sabendo que isto é feito. Porque todos agem desta forma, manejando a impressão, para usar um termo de Goffman. Todos escolhem a roupa com que vão sair, entretanto, uma vez na situação social, todos agem

13. Sobre o estudo de categorias de acusação na sociedade brasileira, ver o clássico texto de Velho (1981).

como se a roupa fosse uma questão sem importância. Então, não há problema em fazer isto, mas, se um ministro disser na frente das câmeras e o país inteiro ouvir que ele “não tem escrúpulos”, sua posição como ministro torna-se insustentável. Uma questão simples de controle da informação, por conta de uma definição equivocada da situação, desta maneira, mudou os rumos da economia nacional.

Isso conduz ao segundo ponto a destacar: definindo mal a situação, é possível se expor a uma segunda forma de poder que aparece muito claramente ao longo de todo o livro *A representação do eu na vida cotidiana*, que é o poder do vexame, o poder da vergonha, do constrangimento, que é uma forma fundamental de coerção social – um resgate da categoria de coerção social, de Durkheim (2002), em *As regras do método sociológico*. Apesar de tradicionalmente se pensar a coerção social como o poder de impor as leis – por multas, prisão ou violência legítima –, Durkheim menciona de passagem a necessidade de vestir roupas na sociedade e o temor ao ridículo de não fazê-lo como uma “punição indireta”. Este é o ponto que Goffman – um durkheimiano confesso – desenvolve magistralmente. Na vida cotidiana, não necessitamos de soldados armados ou fiscais com talões de multa para irmos a lugares onde não queremos, falar com pessoas de quem não gostamos ou dizer coisas em que não acreditamos. E por que se faz isso? Porque, se não o fizermos, vamos fazer vexame, passar vergonha, “perder a face” (Goffman, 1967). No artigo chamado *On face-work*, publicado no livro *Interaction ritual*, de 1967, Goffman chama de *face* algo mais que o rosto da pessoa. A face é toda a fachada que sustenta de si mesmo. O *trabalho de face* corresponde a todo esforço que cada um faz para se manter à altura da dignidade que projeta sobre si mesmo, para estar à altura do tratamento que acredita ser merecedor/a por parte dos outros. E os perigos estão sempre à espreita; a qualquer momento, um deslize pode pôr a perder a compostura e dignidade da pessoa. Em uma sociedade midiaticizada, é o império dos *paparazzi*. Neste sentido, Goffman afirma, neste artigo, falando sobre a introjeção desta forma de controle que, na “prisão da vida social”, cada pessoa é seu próprio algoz, “mesmo que alguns possam gostar de suas celas” (Goffman, 1967, p. 10).

A obra de Goffman percorre onze livros e centenas de artigos, ao longo de mais de trinta anos. Vários elementos de síntese desta vasta obra foram condensados no texto *A ordem da interação* (Goffman, 1999), publicado postumamente. Este texto é o discurso de posse de Goffman como presidente da American Sociological Association, em 1982. Infelizmente, ele jamais chegou a apresentar este discurso: poucas semanas depois de escrevê-lo, adoeceu gravemente e faleceu. No texto, Goffman frisa o ponto que distingue seu projeto de investigação: a definição e teorização acerca de um domínio do conhecimento tradicionalmente negligenciado pelas ciências humanas: a *ordem da interação*. Entre os fenômenos característicos deste domínio da experiência

está a gramática da interação, ou seja, os pequenos rituais que organizam a experiência cotidiana. Telefonemas, *e-mails* ou telejornais não são simplesmente meios de transmitir informação, eles envolvem interações complexas, cercadas por saudações, solicitações e despedidas. Cada um destes elementos estrutura a mensagem trocada ou, nos termos de Goffman (1986) “enquadra” a experiência da interação. Neste texto-testamento, fica evidente a constituição essencialmente *comunicacional* dos fenômenos interacionais, seja em interações midiáticas, mediadas seja face a face.

7 A PERSPECTIVA DE CHICAGO E OS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

A perspectiva da Escola Sociológica de Chicago, apesar de conhecida na ciência social brasileira desde seu período de formação como campo acadêmico, somente começou a ser aplicada no Brasil em meados dos anos 1970, a partir do trabalho pioneiro de Gilberto Velho, na área de antropologia. Velho realizou parte de sua formação nos Estados Unidos, onde entrou em contato com a obra de Howard Becker, tendo realizado pesquisas com este cientista social, traduzido alguns de seus trabalhos – publicados na clássica coletânea *Uma teoria da ação coletiva*, 1975 –, e mesmo trazido pessoalmente Becker como professor visitante em várias oportunidades.

Na época, o Brasil vivia o sombrio período da ditadura militar (1964-1985), e as universidades eram locais de resistência intelectual à censura e repressão do regime. Naquele contexto, havia uma dose de preconceito contra a ciência social norte-americana devido à polarização promovida pelas circunstâncias políticas. As vicissitudes deste momento no ambiente acadêmico são muito bem comentadas por Gilberto Velho:

Os trabalhos de Goffman começam a ser mais conhecidos no Brasil em meados dos anos 1960. As ciências sociais no país tinham, na época, como referências principais o marxismo e o estruturalismo, com suas diferentes versões e facções. O nacionalismo anti-imperialista e o próprio regime militar, com as radicalizações a ele associadas, não constituíam, propriamente, um estímulo à divulgação de autores norte-americanos, principalmente quando não ligados de modo nítido a uma preocupação de análise mais ampla de processos sócio-históricos. Isso correspondeu a uma conjuntura especialmente polarizada, pois na própria formação das ciências sociais no país houvera influência de autores e pesquisadores como Donald Pierson, Emilio Willems, Charles Wagley, entre outros. Mas nos anos que se seguiram ao golpe de 1964 e, mesmo no período imediato que o precedeu, houve uma forte tendência de rejeição à produção norte-americana, classificada de empiricista e pouco sofisticada. Uma exceção era C. Wright Mills cuja obra, influenciada por Marx e Weber, apresentava forte componente crítico em relação à sociedade capitalista, particularmente aos próprios Estados Unidos (Velho, 2004, p. 37-38).

O vigor da produção acadêmica de Gilberto Velho estimulou várias gerações de estudantes de pós-graduação a trabalharem com a perspectiva teórica da Escola de Chicago, dos anos 1970 até 2012, ano em que faleceu. A abordagem essencialmente transdisciplinar característica desta escola de pensamento, bem como sua ênfase em processos de interação social fizeram dela um importante aporte teórico nas áreas de psicologia, educação, linguística, antropologia, sociologia e comunicação. Da linhagem acadêmica de Gilberto Velho, resultaram importantes trabalhos que ultrapassaram largamente o campo disciplinar da antropologia, tornando-se referência também na área da comunicação.

De seus alunos diretos, é importante destacar o trabalho de Hermano Vianna, *O mundo funk carioca*, livro publicado em 1988, decorrente de sua dissertação de mestrado em antropologia defendida no Museu Nacional, em 1987, sob orientação de Gilberto Velho, com o título *O baile funk carioca: festas e estilos de vida metropolitanos*. Neste trabalho, Vianna apresenta uma etnografia do universo dos bailes *funk* na periferia do Rio de Janeiro em meados dos anos 1980. O livro, hoje esgotado, tornou-se uma referência nos estudos sobre música e cultura popular no Brasil, importante vertente dos estudos em comunicação.

Outra aluna de Gilberto Velho, que, partindo da antropologia sob a perspectiva de Chicago, influenciou os estudos de comunicação e política no Brasil foi Karina Kuschnir. Graduada em jornalismo, ela iniciou sua carreira docente como professora do curso de Comunicação Social da PUC-Rio, tendo posteriormente se dedicado à antropologia. Em seu livro publicado em 2000, *O cotidiano da política*, analisa as redes de interação social que cercam uma família de políticos de votação maciça na periferia do Rio de Janeiro, evidenciando o modo pelo qual o sistema político formal se alicerça em práticas interacionais. Atualmente, Karina Kuschnir tem se dedicado a traduzir e publicar no Brasil textos clássicos da Escola de Chicago, cobrindo grandes lacunas na bibliografia em português, como *Outsiders*, de Howard Becker (2008), *Sociedade de esquina*, de William Foote White (2007) e *Comportamento em lugares públicos*, de Erving Goffman (2009).

Uma importante vertente de desenvolvimento da perspectiva teórica de Chicago que influenciou os estudos de comunicação brasileiros foi a chamada “sociolinguística interacional”. Merece destaque neste sentido a coletânea *Sociolinguística interacional*, organizada por Branca Telles Ribeiro e Pedro Garcez, publicada originalmente em 1998 e republicada em 2002. Nesta obra de referência, foram publicados e reunidos, pela primeira vez em língua portuguesa, textos clássicos ligados ao pensamento de Chicago, articulando linguística, sociologia e comunicação, a partir da noção-chave de fala-em-interação.

Entre os autores diretamente vinculados à área de comunicação que desenvolvem a perspectiva de Chicago a partir de uma interface com as ciências sociais,

merece destaque o prof. Etienne Samain, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Belga de nascimento, e doutor em Teologia pela Universidade de Louvain (1965), mas radicado no Brasil desde o início dos anos 1970, Samain iniciou sua carreira de pesquisador no Brasil pela antropologia, tendo realizado trabalho de campo etnográfico de longa duração entre grupos indígenas do Brasil central. A partir de seu duplo interesse, por etnologia indígena e fotografia, Samain dedicou um grande volume de trabalhos à antropologia visual, em particular ao monumental *Balinese character* (Bateson e Mead, 1942), marco histórico da antropologia visual. Da pesquisa sobre o uso de imagens em antropologia, Samain enveredou, desde meados dos anos 1990, à pesquisa teórica sobre a obra de Gregory Bateson – ele também um autor de interface entre antropologia e comunicação –, que se relacionou muito proximamente com vários autores ligados à tradição de Chicago, como Erving Goffman e Ray Birdwhistell. Hoje aposentado das atividades docentes, mas ainda ativo como pesquisador, Samain foi um grande incentivador de pesquisas em que “a estrutura que une” antropologia e comunicação colaborou para consolidar esta tradição teórica no Brasil.

Outra personagem de referência na introdução e no desenvolvimento da teoria de Chicago no campo da comunicação no Brasil é Vera França, professora e pesquisadora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Profissional de destaque no campo acadêmico de comunicação no Brasil, tendo sido presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós (2001-2003) e avaliadora da área de comunicação pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Vera coordena há muitos anos o Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (Gris), pujante grupo de pesquisa em comunicação sediado na UFMG. A ênfase de sua pesquisa em sociabilidade deriva de um profundo conhecimento da obra de George Herbert Mead, tendo tido contato com esta perspectiva durante seus estudos de pós-graduação na França. Entre sua produção dedicada à perspectiva de Chicago, destacam-se vários artigos e capítulos de livros, entre eles *Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação*, de 2007. A partir da liderança acadêmica de Vera França, várias gerações de estudantes de comunicação desenvolveram pesquisas de mestrado e doutorado a partir do quadro teórico da interação social e sociabilidade, em situações comunicacionais localmente situadas.

Mais recentemente, uma série de pesquisadores/as, muitas vezes alunos/as desses pioneiros, dedicaram-se a desenvolver trabalhos a partir deste quadro teórico focado na interação social e transdisciplinaridade, como Adriana Braga (2004; 2008), que articulou a perspectiva de Chicago à de Palo Alto para pensar a interação social em um *blog* dedicado à maternidade contemporânea, no livro *Personas materno-eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*, trabalho vencedor do Prêmio Capes de Tese 2007 e Harold Innis Award, dos Estados Unidos,

no mesmo ano. Outro bom exemplo de aplicação desta perspectiva em trabalhos de comunicação recentes é a dissertação de mestrado de Adriana Girão, da PUC-MG (2011), em que foi analisado, em perspectiva etnográfica, o trabalho dos anunciadores nas portas de lojas populares de Belo Horizonte e suas interações com os transeuntes, e como a constituição deste “ambiente acústico” configura o ambiente comunicacional mais amplo da zona central de uma grande metrópole.

8 CONCLUSÃO

A Escola Sociológica de Chicago, tendo se originado em um contexto de livre trânsito transdisciplinar, relacionando os saberes de semioticistas, filósofos, psicólogos, antropólogos, educadores e sociólogos, deixou uma forte marca nas ciências sociais contemporâneas, fornecendo um legado que ultrapassa largamente os estreitos limites disciplinares com que até hoje ainda é preciso lidar. A ênfase no ponto de vista das pessoas, a concepção de um mundo social resultante de interações sociais de pequena escala e a consideração de que a sociabilidade não é apenas uma forma de futilidade, mas um elemento central da vida social fazem da perspectiva teórico-metodológica de Chicago um aporte fundamental para os estudos de comunicação contemporâneos, particularmente no Brasil, país em que a comunicação interpessoal e a sociabilidade desempenham um papel estruturante de toda a sociedade.

Os múltiplos desdobramentos e as possibilidades desta perspectiva de pesquisa apontam para seu vigor como estratégia epistemológica nas ciências da comunicação brasileiras, fomentando estudos de comunicação centrados nas pessoas e em suas interações, e ao modo como elas, coletivamente, produzem o universo de fenômenos estudados.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- ANDACHT, F. A representação do *self* na obra de Goffman: sociosemiótica da identidade. In: GASTALDO, É. (Org.) **Erving Goffman, desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo, 2004.
- BATESON, G.; MEAD, M. **Balinese character: a photography analysis**. New York: Special Publications of New Your Academy of Sciences, 1942.
- BECKER, H. S. **Uma teoria da ação coletiva**. Petrópolis: Vozes, 1975.
- _____. As políticas da apresentação: Goffman e as instituições totais In: GASTALDO, É. (Org.). **Erving Goffman, desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo, 2004.

_____. **Outsiders**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BLUMER, H. Suggestions for the study of mass-media effects. In: _____. **Symbolic interactionism: perspective and method**. New Jersey: Prentice Hall, 1969.

BRAGA, A. **Comunicação e transdisciplinaridade**: na trilha de Palo Alto. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 13., São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

_____. **Personas materno-eletrônicas**: feminilidade e interação no blog Mothern. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRAGA, A.; GASTALDO, É. O legado de Chicago e os Estudos de recepção, usos e consumos midiáticos. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 39, p. 78-84, 2009.

DRAKE, ST. C.; CAYTON, H. R. **Black metropolis**: a study of negro life in a Northern City. Introdução de Richard Wright; Prefácio de William Wilson. Chicago: University Of Chicago Press, [1945] 1993.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, [1895] 2002.

FRANÇA, V. **Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 16., Curitiba: UTP, 2007. (Comunicação).

GARFINKEL, H. **Studies in ethnomethodology**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1967.

GASTALDO, É. O complô da torcida. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, n. 24, 2005.

GIRÃO, A. F. **Para animar os ânimos**: interações, sentidos e percepções do centro de uma grande cidade a partir de suas sonoridades comerciais. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), Belo Horizonte, 2011.

GOFFMAN, E. **Interaction ritual**: essays on face-to-face behavior. New York: Pantheon, 1967.

_____. **Frame analysis**. Boston: Northeastern University Press, 1986.

_____. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, [1959] 1998.

_____. A ordem da interação. In: WINKIN, Y. (Org.). **Os momentos e os seus homens**: Erving Goffman. Lisboa, Relógio d'Água, 1999.

_____. **Comportamento em lugares públicos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KUSCHNIR, K. **O cotidiano da política**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

LANG, K.; LANG, G. E. A perspectiva singular da televisão e seus efeitos: um estudo piloto. In: RILEY, M.; NELSON, E. (Orgs.) **A observação sociológica: uma estratégia para um novo conhecimento social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1976.

MEAD, G. H. **Mind, self and society: from the standpoint of a social behaviorist**. Chicago: The University of Chicago Press, [1934] 1974.

PEIRCE, C. S. Como tornar claras as nossas ideias. In: _____. **Semiótica e filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1975.

PRADO, R. Televisão, poderosa, mas não tanto: cidade pequena, mulher e telenovela. In: ECKERT, C.; MONTE-MÓR, P. (Orgs.). **Imagem em foco: novas perspectivas em antropologia**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1998.

RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. (Orgs.) **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2002.

THOMAS, W. I. The definition of the situation. In: _____. **The unadjusted girl**. New York: Little, Brown & Co, 1923.

VELHO, G. Duas categorias de acusação na cultura contemporânea. In: _____. **Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1981.

_____. Becker, Goffman e a antropologia no Brasil. In: GASTALDO, É. (Org.). **Erving Goffman, desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo, 2004.

VIANNA, H. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

WINKIN, Y. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papirus, 1998.

WHITE, W. F. **Sociedade de esquina**. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1943] 2007. (Título original: *Street Corner Society*).

A RETÓRICA NOS ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL: UMA TENTATIVA DE MAPEAMENTO HISTÓRICO

Geder Luis Parzianello*

1 ACERCA DO PERCURSO HISTÓRICO

Ao longo das últimas quatro décadas, o campo da comunicação social no Brasil aprendeu a se constituir na heterogeneidade de paradigmas, metodologias e objetos de pesquisas que constituem – em última análise – a própria medida da especificidade da comunicação enquanto área do conhecimento. Talvez, nenhuma área do saber foi tão favorecida com o trânsito tão absolutamente pouco ortodoxo das práticas em ciência quanto a comunicação social. Isto rende até hoje a ela uma distinção de identidade multifacetada, sempre em construção, desde os anos 1970 no Brasil, capaz de acolher temáticas e abordagens que vão da música à mídia digital, da produção popular folclórica à circulação midiática massiva, do radical alternativo ao comunitário, da análise econômica e política dos meios à crítica sobre a indústria cultural, da persuasão aos estudos dos efeitos, dos estudos da recepção ao campo da cultura etc.

A identidade da área da comunicação se configura, assim, enquanto um espaço de circulação e construção de saberes também novos, porque, mesmo interdisciplinares, estes saberes foram resultado de uma intensa convivência com as mais diversas formas de olhar o mundo e buscar compreendê-lo, ao longo de mais de quatro décadas de produção formal acadêmico-científica que atravessaram as fronteiras do conhecimento. Tal caráter multifacetado não lhe impediu, ainda assim, de garantir a consistência de suas pesquisas e lhe conceder o direito à busca por sua autonomia e uma epistemologia próprias. Desafio ainda premente.

A comunicação social, por se constituir na natureza de um pensamento interdisciplinar, oferece-se sempre para novas dimensões investigativas em torno de muitas das tensões encampadas nas pesquisas em áreas como a sociologia, a antropologia, a filosofia, a história, a psicologia e, mais recentemente ainda, a psicanálise, a linguística e a ciência política. Portanto, a comunicação deve ser analisada, na opinião do autor deste capítulo, conforme a orientação de Muniz

* Professor adjunto da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), do Rio Grande do Sul.

Sodré: “desde vários modos e níveis de estudo, como tem acontecido na história dos sistemas de pensamento, desde Platão e Aristóteles, passando por Husserl, Heidegger ou Habermas” (Sodré, 2001, p. 71-75).

Essa chamada *anarquia de ideias* é a riqueza do conhecimento que a área é capaz de produzir. Na interdisciplinaridade, reside o disciplinar de uma ciência que é, antes de tudo, uma área de convergências dos fenômenos e dos processos, os quais jamais poderiam ser explicados sem o diálogo com outros conhecimentos. A retórica – enquanto estudo interdisciplinar por natureza – oferece-se neste contexto ora na medida de substrato teórico, ora metodológico, para investigações pragmáticas ou hermenêuticas do objeto da comunicação, sendo, como este, igualmente interdisciplinar, enriquecendo assim as potencialidades das pesquisas.

As ocorrências temáticas da retórica nos estudos em comunicação são, no entanto, bastantes difusas, e raramente centrais nos trabalhos, artigos, teses e dissertações que foram produzidos no Brasil. A retórica ocupa, em geral, uma referência ou outra, marginalmente citada, quando a investigação trata de aspectos relativos à forma de produtos midiáticos. Em função disto, ela está associada, em regra, a estudos da imagem, da persuasão na comunicação humana e a estudos sobre o uso de argumentos, quando aparece com maior visibilidade no contexto da pesquisa em comunicação social.

Conforme Sodré (2001, p. 71-75 *apud* Melo, 2008, p. 71), “o comportamento interdisciplinar dos estudos da comunicação resulta da incômoda condição de estar comprimida entre as grandes disciplinas de pensamento social”. Parece claro a estes autores que o objeto dos estudos da comunicação seja justamente a vinculação entre o “eu” e “o outro”, seja do ponto de vista individual, seja do ponto de vista coletivo.

Nada poderia ser mais propriamente vinculado à investigação retórica que esse objeto, conforme descrito por José Marques de Melo e Muniz Sodré, dois pesquisadores consagrados na área de comunicação no Brasil. Daí que se pode dizer com absoluta convicção que toda investigação em comunicação é por gênese e por natureza uma investigação retórica, ainda que não pareça conscientemente reconhecer-se desta forma. O que se percebe, todavia, na análise sobre a pesquisa em comunicação – nas últimas quatro décadas – é que o conhecimento sobre retórica não parece justamente apropriado por pesquisadores de um modo disciplinar e metódico, achando-se disperso, marcadamente difuso e por vezes apenas implícito na descrição dos estudos a que se teve acesso.

O autor deste capítulo acredita que os pesquisadores da área de comunicação gostariam de crer que esta ausência sentida se explique por uma falta entre os estudiosos desta área, em geral, de um saber mais efetivo sobre as práticas e concepções teóricas em torno da linguagem e das inter-relações humanas em situações comunicativas,

como o saber que foi construído desde a mais remota Antiguidade clássica, firmado em postulados que, sabe-se, constituem os fundamentos da retórica. Com efeito, fundamentos da arte retórica não são trabalhados em cursos de jornalismo e de publicidade e propaganda, e, em geral, não constituem bibliografia sequer complementar também nos cursos de graduação em jornalismo.

A evidência epistêmica que realça o estatuto da pesquisa em comunicação como a atualização de pensares milenares da civilização humana ocidental é reforçada por Muniz Sodré:

No vaivém das aceitações e recusas, a retórica volta à cena política com muita força e outro nome: *comunicação*. Como nas origens, trata-se do uso político do discurso, só que agora com tecnologias vertiginosas e o álibi do mercado transnacional. Mídia é o nome que se dá ao complexo maquinário da retórica contemporânea (Sodré *apud* Sacramento e Lopes, 2009).

Quando as pesquisas na área de comunicação social – da grande área de ciências sociais aplicadas – repercutem o pensamento de autores como Michel Foucault e Jürgen Habermas, por exemplo, estas fazem atualizar muito do que foi pensado sobre linguagem entre os gregos, desde Aristóteles, ao que é conhecido como retórica clássica. É pena que quase nunca os pesquisadores da área de comunicação reflitam sobre este saber clássico e insistam em construir interpretações dos autores contemporâneos sob a impressão da autoria absoluta destes em relação às teses que anunciam.

Há muito mais de Aristóteles e dos retóricos sicilianos de Siracusa nos escritos sobre comunicação que se possa supor ou imaginar. Impossível seria, pois, identificar o conjunto destes elementos textuais e dizer o quanto da reflexão contemporânea em comunicação social possui raízes de preocupações legitimamente retóricas. Como se sabe, não se é autor em última instância do que se diz. Este dizer é dado, na verdade, por autoria no conjunto daqueles que precederam o momento presente e que, de alguma forma, exerceram influência sobre este, como têm preconizado os analistas de discurso, desde os anos 1980, no Brasil (Koch, 1980; Orlandi, 1982).

Boa parte dos investigadores em comunicação social – sobretudo no Brasil – parece desconhecer a gênese histórica de muitas das inferências que acabam realizando, presos a um autor do século XX – ou a outros ainda mais contemporâneos –, fazendo crer que estas sejam fontes primeiras do pensar que enunciam. Não existe, por assim dizer, uma formação propriamente em estudos retóricos nas escolas de comunicação e mesmo nos programas de pós-graduação em comunicação ou de áreas afins que permita que estes investigadores tracem este percurso histórico-conceitual –, salvo por pesquisa individual e interesse próprio de estudo, o que acentua a raridade deste conhecimento entre pesquisadores da área.

Nem mesmo nos programas de pós-graduação em letras, a retórica desfruta de alguma posição de destaque. É nos estudos do direito, e mais propriamente na filosofia, que os conceitos e autores de retórica encontrarão guarida, subsidiando abordagens hermenêuticas ou pragmáticas em diferentes objetos de pesquisa.

Em Portugal, a produção acadêmico-científica em comunicação sempre concebeu muito mais tradição retórica que se fez sentir no Brasil. Trabalhos de pesquisadores como Antônio Fidalgo, Jorge Pedro Sousa, Rui Grácio, Américo de Sousa e Tito Cardoso e Cunha, entre outros, figuram na ponta de uma produção que teve ainda pouca ressonância no Brasil. Autores de língua espanhola como Francisco Ayala, Maria del Mar Gomes Cervantes, Antonio Lopez Eire, David Pujante, Francisco Dolz, Maria del Carmen Ruiz de La Cierva, Tomás Albaladejo, entre tantos outros, são contemporâneos da ainda incipiente presença na leitura dos pesquisadores brasileiros ligados à comunicação; o mesmo aconteceu com a intelectualidade francesa, marcada desde a nova retórica de Perelman com Toulmin e Michel Meyer.

Os estudos retóricos no Brasil margearam, portanto, muito pouco os objetos de comunicação se comparados à reflexão ibérica. Sua efetiva menção é praticamente inexistente ainda que sua associação temática e alguns de seus pressupostos epistêmicos estejam contemplados em muitas dessas investigações, mesmo que de uma forma a apenas tangenciar lateralmente as referências de base nessas pesquisas. Se fosse possível mapear a ocorrência da presença efetiva da retórica nos estudos da área em questão, ter-se-ia um percurso claro de que a retórica encontra-se mais avivada que nunca nos estudos de comunicação social, porque as temáticas contemporâneas têm incentivado pesquisadores a se debruçar cada vez mais sobre problemas legitimamente constitutivos da relação dialógica e, em síntese, da situação retórica comunicacional.

Lamentavelmente, essa inclinação sobre objetos e miradas não acompanha a percepção sobre a herança teórica. Certos postulados em fundamentos teóricos nas pesquisas em comunicação costumam considerar como novas, conforme já dito, muitas das preocupações que são na verdade bem antigas que se imagina. Este, aliás, é um problema recorrente nas pesquisas das ciências recentes, principalmente aquelas mais identificadas com a ruptura de paradigmas da construção do conhecimento científico clássico como conhecimento existente antes da revolução popperiana. O pesquisador brasileiro em comunicação nas novas gerações tem permitido fazer crer que este desconheça o passado das implicações teóricas sobre as quais ele mesmo caminha.

É justamente no sentido daquilo que a operacionalidade do objeto das pesquisas em comunicação permite e no esforço metodológico por alcançá-lo que o autor busca reorganizar, neste capítulo, menção a estudos que pareçam a este último, de algum modo, relevantes na constituição desta história de mais de três

décadas de pesquisa em comunicação social com algum estreitamento do objeto da retórica e alguma visibilidade maior sobre as pegadas deixadas por pesquisadores ao longo do tempo. A construção realizada neste estudo não se pretende esgotada, mesmo porque o autor pensa a retórica como um ramo dos estudos do discurso e este permeia quase tudo que é analisado como objeto em comunicação. Nesse sentido, pode-se dizer que os elementos retóricos estão até mesmo onde não são detectados. Não há comunicação sem retórica, simplesmente porque toda linguagem é retórica. Mas o que o autor espera é poder reunir alguns dos trabalhos mais representativos do percurso teórico da retórica no cenário da pesquisa em comunicação no país.

No Brasil, como já foi dito, ainda se tem a produção de muito poucos trabalhos da comunicação com perspectiva assumidamente retórica. O Brasil, de um modo geral, somente hoje está redescobrimdo a retórica. Com efeito, a produção em retórica é até promissora, se se considerar a produção de certos intelectuais, entre outros, conforme descrito a seguir.

- 1) Afonso de Albuquerque (Universidade Federal Fluminense – UFF).
- 2) Ivo Ditrich (Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste).
- 3) Marco Antônio Roxo da Silva, Mônica Machado e Milton José Pinto (Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ).
- 4) Sergio Trein (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos) e Luciano Klöckner (Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul – PUC-RS).
- 5) Yvana Fechine (Universidade Federal de Pernambuco – UFPE).
- 6) O grupo da Universidade de São Paulo (USP).

Mas ainda não se vê a retórica refletida de forma presente em congressos e eventos em geral de comunicação, com pouca adesão junto a estudantes de graduação ou mesmo de pós-graduação na área.

A criação da Sociedade Brasileira de Retórica (SBR), em 2010, em Ouro Preto, Minas Gerais, pode ser um sinal de recuperação desse conhecimento em favor de pesquisas multidisciplinares, mas também interdisciplinares e transdisciplinares. O evento concebeu a retórica desde as temáticas clássicas, atraindo pesquisadores de letras, direito e filosofia, mas também de outras áreas – como a comunicação – por meio de grupos de trabalho em retórica aplicada. Na primeira edição do congresso, que é bianual, o grupo da comunicação esteve representado por apenas seis trabalhos: dois destes eram de pesquisa de doutorado, e outros três eram estudos de pesquisadores doutores com tematização amparada no referencial teórico para efeito de análise de questões e objetos ligados à publicidade e/ou ao jornalismo. No mesmo grupo de trabalho, encontravam-se inseridos ainda pesquisadores ligados à letras e que tematizavam objetos relativos ao universo

mediático, justificando o debate naquele grupo. Quatro dos seis pesquisadores eram estudiosos iniciantes em referencial e metodologia retórica. Apenas três eram professores universitários.

As produções mais antigas encontradas no meio acadêmico brasileiro trazem referências retóricas, no sentido de que invocam preocupações similares às daquelas dos fundamentos de retórica, como com a preocupação da definição de público (auditório), a seleção de argumentos e a forma do(s) texto(s), suas tipologias e estilos, tal como os gregos as tinham. Na avaliação deste breve estudo de tentativa histórica, o autor acredita que muito provavelmente pela relação que os centros universitários tinham quando os cursos de comunicação ainda eram departamentalizados e se constituíam próximos dos colegiados de filosofia, se deu tal proximidade das reflexões. É o caso da *Revista de comunicação social*, da Universidade Federal do Ceará (UFC), em cujo contexto o Departamento de Comunicação funcionava dentro da Faculdade de Ciências Sociais e Filosofia e os primeiros números traziam preocupações tematizadas no escopo maior da retórica, sem ainda citá-la propriamente. Não é um exemplo isolado, pois outras instituições federais de ensino superior (Ifes) também reproduziram este modelo de estrutura acadêmica e acabaram promovendo mais perfeitamente a congruência de temas, autores e teorias de um campo do saber a outro, assim como aconteceu entre a filosofia e a comunicação. Mas, no caso específico da *Revista de comunicação social* da UFC, são encontrados textos com referências retóricas no começo dos anos 1970, justamente quando se dava o início da formação acadêmica em comunicação no Brasil.

A primeira escola de jornalismo criada no Brasil foi a Cásper Líbero, em 1947, em São Paulo, seguindo-se do curso da UFPE, em 1961, e da Universidade de Brasília (UNB), em 1966. A primeira revista científica em comunicação no Brasil foi criada pelo grupo da Metodista de São Paulo, nos anos 1960, pelo professor José Marcos de Melo, o primeiro a defender tese de doutorado em comunicação social no Brasil. As primeiras inferências retóricas nos estudos destes grupos segundo pesquisa do autor deste capítulo, são datadas de 1973.

Na revista cearense, encontram-se reflexões sobre o comunicar na perspectiva do cuidado com o discurso verbal escrito, sobre os textos de imprensa e as tendências do jornalismo impresso, escritas na época, respectivamente por Adisia Sá e Fernando Muzzi e cujas contribuições haviam sido levadas também ao V Encontro de Estudos de Jornalismo, promovido pela Escola de Comunicações e Artes (ECA), da USP, em 1973.

Em 1997, Ida Elisabeth Moreira Boanova (1997) defende sua dissertação pela PUC-RS sob a orientação de Luiza Carravetta, intitulada *A nova retórica e a publicidade*, na qual analisa os processos discursivos da persuasão que constroem a noção de realidade aplicada pela publicidade. Em 2006, a pesquisadora

da PUC-RS Neusa Demartini Gomes e o doutorando em comunicação Geder Parzianello publicam o artigo *O apagamento das forças do discurso persuasivo ante a racionalização das condutas: uma reflexão sobre o poder da fala política na sociedade contemporânea em tempos de CPIs* (Gomes e Parzianello, 2006).

Em congressos da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em comunicação (Compós) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por exemplo, são raras as contribuições de pesquisadores com artigos pensando de forma retórica o desempenho dos meios. Em 2007, um trabalho inscrito por um conjunto de pesquisadores ainda em formação – alunos de graduação da Universidade Católica de Salvador (UCSAL) – propunha comparativamente o estudo de mídias publicitárias com emprego de análise retórica. Obviamente que a publicação de trabalhos como o de Perelman, por chegarem à tradução para o português apenas em 1996 – quase quarenta anos desde sua primeira edição francesa –, pode ser um fator que explique o apagamento que as teses retóricas tiveram no conjunto teórico da pesquisa em comunicação no Brasil, e o pouco interesse por um estudo até então com feições tão clássicas, sem a contemporaneidade que Perelman soube dar ao atualizar o saber aristotélico e invocar a sua aplicação a ramos de atividade como o direito, o jornalismo e a publicidade, por exemplo.

Em 2002, a pesquisadora Beatriz Dornelles, da PUC-RS, organizava o número 24 da *Coleção comunicação* da Editora da PUC-RS sob o título *Mídia, imprensa e as novas tecnologias* (Dornelles, 2002). No livro, à página 47, no artigo intitulado *Em defesa pela retomada dos estudos de retórica em jornalismo* – assinado pelo autor deste capítulo que, na época, era mestrando em comunicação –, o autor julgou esquecida a contribuição do filósofo polonês naturalizado belga Chaïm Perelman e de sua auxiliar Lucie Olbrechts-Tyteca, autores em conjunto da obra *Tratado da argumentação*, cuja edição em português chegava apenas em 1996 ao Brasil, muito embora o livro tivesse sido publicado em 1958 (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1958). No artigo, o autor deste texto retoma os apontamentos de Perelman e Olbrechts-Tyteca sobre o valor dos estudos da nova retórica para os campos profissionais como o do jornalismo.

Luciano Klöckner, pesquisador da PUC-RS, escreve, pela *Revista interamericana de comunicação midiática*, o artigo intitulado *Por que empregar a análise retórica no jornalismo?*, publicado em 2010. Neste, Klöckner ressalta o valor de pesquisas sobre persuasão e argumentação no campo de jornalismo, para além da associação feita sempre de estudos retóricos com o emprego de figuras de linguagem, apontadas por ele, como associadas ao floreio verbal aplicado em discursos vazios (Klöckner, 2010). O artigo em questão teve ideias e partes extraídas do relatório *A nova retórica e o rádio informativo: o estudo das programações das*

emissoras TSF de Portugal e CBN do Brasil, apresentado em junho de 2009 como requisito de pós-doutoramento no Instituto de Estudos Jornalísticos (IEJ), da Faculdade de Letras, da Universidade de Coimbra (Klöckner, 2011).

Em 2011, o autor deste capítulo lança pela editora Publit a obra *A retórica nos jornais impressos e os desafios ao jornalismo contemporâneo*, fruto de uma pesquisa desenvolvida dois anos antes com auxílio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq (Parzianello, 2011). Neste trabalho, o autor analisou a redação jornalística praticada por 22 jornais em dez cidades gaúchas da região Mesosul, do Pampa e da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, para apontar como os jornais se expressam e em que medida esta escolha pela forma de dizer compromete seus índices de leitores e de audiência. Na perspectiva retórica, o autor apontou o quanto as preocupações com a forma do discurso jornalístico não têm sido centrais nas decisões gestoras dos jornais analisados e o quanto esta questão pode ser decisiva para a sobrevivência dos meios.

Leach (2002, p. 298 *apud* Klöckner, 2010) frisa o entendimento de que “o objetivo da retórica nunca é ser científica, ou capaz de categorizar a persuasão para todos os tempos e lugares”, mas está na “sua proximidade, sua habilidade de falar sobre o particular e o possível e não sobre o universal e o provável”. Tal compreensão de retórica permite associá-la ao entendimento da pesquisa fenomenológica e das investigações contemporâneas, à compreensão contemporânea de ciências – no plural – e de modo contrário ao pensamento positivista de produção do conhecimento científico.

A principal contribuição de Perelman vai ao encontro de muitas das teses sustentadas nas teorias do jornalismo – como a do agendamento – e nas teorias da comunicação – como a teoria dos efeitos e os estudos de recepção –, porque em todos os casos é possível investigar influências, promover análises contextuais acerca de efeitos ainda que limitados e estabelecer relações de verossimilhança entre discursos, práticas discursivas e seus auditórios, efeitos persuasivos, escolhas estratégicas e estruturas dialético-retóricas da comunicação. Perelman centra suas análises na valorização do auditório, tomado como ponto de partida para toda e qualquer argumentação (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1958). Tal compreensão será recorrente em estudos de comunicação e seus desdobramentos possuem de fato estreita relação com preocupações dos estudos em retórica.

A partir das teses de Luiz Beltrão no começo do século XX, evidencia-se que, entre pesquisadores canadenses, norte-americanos ou europeus, a preocupação com as condições previsíveis dos processos comunicacionais, o estudo sobre os efeitos endógenos e exógenos, a semiologia da linguagem e a dinâmica dos processos comunicativos circundam o universo dos estudos retóricos, mas nenhuma menção é feita a este saber milenar.

A retórica, como se sabe, tem origem na Grécia, cerca de quatrocentos anos antes de Cristo, precisamente, em Siracusa. Desde o *trivium*, como eram chamados os saberes que a Antiguidade clássica classificava, a retórica é conhecimento de mundo e prática fundadora das relações comunicativas entre os homens. O motivo pelo qual ela pareça relegada nos textos de pesquisadores como Beltrão e nos textos dos primeiros estudiosos brasileiros talvez se deva mais pela dificuldade de traduções e versatilidade do mercado editorial e por um preconceito sobre a retórica, sustentado por conta do exercício feito dela pelos sofistas na Grécia antiga – mas não apenas a este fator.

Preterida em relação à dialética, e esta tomada como boa retórica, a associação simples à retórica poderia representar o reavivamento do ranço em torno de uma aceção distorcida, que insistiu em qualificar de retórico o ato de linguagem sem efeito prático, ou sem sentido, como um conjunto de frases prontas e recursos de dizer, praticado na Grécia clássica pelos sofistas.

Foi enfim, só a partir da nova retórica, justamente com Perelman e Olbrechts-Tyteca (1958), que o mundo acadêmico resgatou o saber aristotélico atribuindo-lhe a dignidade que cabia à retórica. No sentido contemporâneo, retórica e dialética não apenas se opõem como faces de uma mesma moeda, mas, são, antes, a mesma coisa. A retórica contemporânea é o exercício da argumentação dialética.

Antônio Fidalgo e Ivone Ferreira explicam que o que interessa aos novos retóricos é a argumentação enquanto forma de racionalidade específica, tal como praticada, dizem eles, “no direito e na vida política, assaz distinta da racionalidade demonstrativa que, na senda da *mathesis universalis* de Descartes, procuraria es-tender-se a todas as formas de pensamento” (Fidalgo e Ferreira, 2009, p. 111).

A retórica foi substrato teórico para autores como Roland Barthes e Baudrillard quando estes discutiram a penetração das mídias na cultura contemporânea, e, neste sentido, o seu conhecimento pode perfeitamente atualizar teses em torno da cibercultura e surpreender ao fazer com que os pesquisadores da área de comunicação percebam que são capazes de criar o novo com movimentos nítidos de regresso: regressos estéticos, de percepção, persuasivos e estilísticos, em um infindável movimento de retornos. De fato, quanto mais se avança na comunicação virtual, digitalizada e tecnologicamente assistida, mais se remete a um mundo pictórico, de ideogramas simplórios, marcações universais, iconográficas, abreviamentos linguísticos e redução de polissemias, tal qual se fazia na comunicação das cavernas. O pesquisador estadunidense Joshua Meyrowitz (1985) foi quem apontou, no começo do século XXI, este paradigma de retorno da comunicação, permitindo a busca de formas de comunicação cada vez mais parecidas com o passado.

Para Van Dijk (1990, p. 106), a retórica deve ser entendida, em um sentido amplo, como a disciplina que estuda todos os aspectos da fala ou da escrita persuasivas, destacando a importância do estudo do discurso para que se torne mais simples compreender os processos produtivos e os efeitos das comunicações. Isto é, “a análise do discurso abarca mais do que a mera descrição das estruturas textuais (...) o discurso não é só texto, é também uma forma de interação (...) uma análise extensa do discurso supõe uma integração do texto e do contexto”.

Quando o canadense Derrick de Kerckhove descreve a teoria dos objetos mentais de Jean-Pierre Changeux (Kerckhove, 2003), por exemplo, nesta análise ele permite flexões quanto à relação muito próximas com os postulados pragmáticos da retórica, principalmente desde sua clara concepção de que a linguagem é capaz desta conexão mediata com a mente humana na interface da vida real. Mas nenhuma referência à retórica aparece no trabalho do pesquisador canadense. Os exemplos neste mesmo sentido são, sem dúvida alguma, muitos: das ideias de Marshall McLuhan às de Harold Innis, são diversas as convergências com a retórica, sobretudo, a nova retórica, postulada por Chaïm Perelman e sua auxiliar Lucie Olbrechts-Tyteca, já em 1958 (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1958).

A retórica se oferece como um campo para pensar o humor, a ofensa, o sarcasmo, os afetos e as ilusões, ou seja, as formas de sentido em toda variedade de linguagem humana. Em si, os estudos retóricos são a consistência genética da propriedade comunicacional do homem. Nos estudos retóricos, há uma dimensão simbólica muito congênere daquela descrita nos estudos sobre enunciação em ciências da linguagem. A construção do real, em um e em outro modelo de leitura de mundo, força a pensar que os sujeitos precisam efetivamente tomar posições, sendo que o enunciador está presente em seus enunciados por meio de suas marcas. Nenhum ato de linguagem, sabe-se, é inocente (Benveniste, 1991).

Pesquisadores brasileiros se valem de pensamentos de Austin, Searle, Benveniste, Osvald Ducrot, Mangueneau ou Eni Pulcinelli Orlandi, como se o discurso não fosse dimensão da retórica, como se não houvesse um antecedente que merecesse ser pesquisado, conhecido, citado e/ou creditado como percurso intelectual.

2 ACERCA DE UMA METODOLOGIA DA PESQUISA

Para buscar reconstituir o percurso histórico da presença da retórica nos estudos em comunicação, o autor deste capítulo tomou nesta pesquisa duas formas de perseguir o objeto de estudo: via catálogos de produção acadêmica formalizadas pelos programas de pós-graduação em comunicação social no Brasil – cujos resumos permitem um reconhecimento amplo ainda que superficial quanto a temáticas e abordagens efetivamente empregadas nas pesquisas em comunicação no Brasil; e via levantamento da produção de pesquisadores vinculados a estes

programas, na condição de docentes – cujas produções encontram-se marcadamente depositadas nas revistas acadêmicas em circulação no Brasil, impressas ou eletrônicas. Neste sentido, tiveram como objeto de rastreamento os sítios e os portais de revistas eletrônicas e também de eventos de relevância nacional, como da Compós e da Intercom.

Ida Stumpf e Sergio Capparelli realizaram duas publicações na forma de coletânea de resumos de teses e dissertações publicadas no Brasil, uma relativa ao período 1992-1996 e outra com relação ao triênio 1997-1999 (Capparelli e Stumpf, 2001). O empreendimento editorial tem relevante valia para o inventário da pesquisa em comunicação no país e facilita o mapeamento de variáveis como as que o autor intencionou por meio da pesquisa que motiva este capítulo. O mesmo desprendimento e empresa não tiveram, infelizmente, pesquisadores brasileiros ao longo das décadas anteriores. A produção acadêmica encontra-se dispersa. Alguns exemplares de revistas científicas, principalmente as editadas ainda nos anos 1970, encontram-se inacessíveis, e não há acervos completos em bibliotecas sobre todas as publicações impressas nesta época.

A tecnologia digital pode vir a favorecer a preservação dos dados do presente e do passado recente às gerações futuras. Diferentemente do que acontecia quando a única via de preservação do conhecimento acadêmico ainda era a escrita e o meio impresso, novos acervos hoje são disponibilizados com boa parte destas produções, dos anos 1990 para cá, o que não dispensa a pesquisa obviamente centrada em variáveis ainda mais específicas, e acaba por valorizar sobremaneira a função do pesquisador no trabalho de análise e não tanto no de levantamento de dados empíricos.

No inventário de Capparelli e Stumpf (2001), encontram-se dispostos resumos das pesquisas, com índices de autores, orientadores e assuntos. A amostra foi feita com base na produção dos programas de pós-graduação vigentes no Brasil naquela época. Evidentemente, estes autores foram capazes de apontar preocupações que o autor deste capítulo também encontrou na busca por pesquisas que tematizem estudos retóricos: os resumos dos trabalhos não possuem a característica de sintetizar o objetivo do trabalho, a metodologia e as conclusões. As palavras-chave nem sempre refletem a exata ausência de preocupações retóricas, embora possam apontar para sua presença pouco efetiva.

Sobre o conjunto dos trabalhos resumidos nessas duas coletâneas, o autor procedeu à investigação de temáticas retóricas, prioritariamente explícitas, por meio da leitura dos resumos e sem se ater à construção enunciativa dos títulos das pesquisas. O autor entende que os títulos traduzem ainda menos o que seria uma pesquisa com abordagem nos estudos de retórica que propriamente a descrição dada em seus resumos.

Nos *sites* de eventos e revistas eletrônicas da área, o autor trabalhou com palavras-chave, do escopo retórico à identificação de retórica, sendo que sua ocorrência foi praticamente inexistente, sentida em trabalhos tão raros e dispersos, e em geral marcados por pesquisadores até mesmo sem tradição nos estudos retóricos. Isto revela o caráter preliminar de abordagens, a ausência de uma especialização no tema e a fragilidade destas pesquisas em si mesmas.

Fora do âmbito propriamente da comunicação, como foi dito, as pesquisas em filosofia e/ou direito souberam trabalhar com mais aplicabilidade e recorrência aos conhecimentos retóricos e fizeram também de forma mais evidente a sua efetiva atribuição, empregando não só autores clássicos e/ou contemporâneos de retórica, mas também apontando claramente a tradição retórica em conceitos e abordagens de pesquisa.

O pesquisador Luiz Rohden, do Rio Grande do Sul, foi precursor de um trabalho didático sobre retórica e linguagem nos cursos de graduação. O livro *O poder da linguagem: a arte retórica de Aristóteles*, editado pela PUC-RS em 1997, serviu à formação interdisciplinar por duas décadas entre universitários das mais diversas áreas de formação naquela instituição gaúcha. No Paraná e em São Paulo, obras assinadas por Fiorin e por pesquisadores do grupo da USP e da Universidade Estadual de São Paulo (UNESP) também tiveram a mesma participação, em seus respectivos contextos. De forma particular, Antônio Suarez Abreu, professor livre-docente da USP com *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção* (2000) ganhou destaque no mercado editorial nacional, somando edições e reedições por índice de vendas. Algumas traduções foram mais fortemente sentidas no mercado editorial brasileiro, com a mesma inserção que autores brasileiros, a exemplo da tradução de Phillippe Breton, sobre *Argumentação* (1998) e *Manipulação das palavras* (1999).

O trabalho de Igor Sacramento e Fernanda Lima Lopes, editado em 2009 pela Insular, pode ser considerado como obra ímpar no mercado editorial brasileiro, sendo muito provavelmente a primeira obra brasileira a reunir textos de autores ibero-brasileiros sobre retórica e mídia, fornecendo um painel teórico assinado pelos principais pesquisadores contemporâneos de Portugal, Espanha e Brasil (Sacramento e Lopes, 2009).

3 SOBRE PERSPECTIVAS

É preciso aproximar os pesquisadores ibero-brasileiros dos autores latinos de tradição retórica – argentinos e mexicanos –, a exemplo de Albaladejo, a fim de promover a circulação do conhecimento produzido nestes países também entre pesquisadores brasileiros em comunicação. A literatura retórica dos países vizinhos ao Brasil na América do Sul e México circula apenas, via de regra, entre pesquisadores das letras e do direito.

Os estudos em comunicação precisam valorizar o conhecimento retórico, citar efetivas fontes primárias de teses anunciadas mesmo que subliminarmente, e render devido tributo à fonte da retórica a muito do que se debate sobre mídia na sociedade contemporânea. Neste sentido, é preciso formular e disseminar cursos de introdução à retórica, grupos de pesquisa avançada e fóruns de interlocução. Apostar na pesquisa interdisciplinar – de base e aplicada –, abarcando ciências da linguagem, a linguística, a filosofia da linguagem, e a retórica em suas dimensões tanto clássicas quanto contemporâneas.

A criação da Sociedade Brasileira de Retórica, em 2010, em Minas Gerais, com seus grupos de pesquisa interdisciplinares e propostas aplicadas de investigação, poderá representar importante contribuição aos desafios que se impõem à pesquisa em profundidade na comunicação. Com efeito, é preciso historicidade dos estudos na prática viva da pesquisa, sob pena de continuar havendo estudos que se pretendam preliminares, abordagens introdutórias e flexões rudimentares em área e campo tão longamente construídos pela pesquisa retórica. Não é mais compreensível que se queira responder aos desafios de questões relativas aos efeitos da comunicação, ao poder persuasivo das mensagens e dos meios, ao cenário das culturas cibernéticas e das linguagens de convergência, aos anseios de interação humana no século XXI, como se nada disto tivesse sido pensado no passado. A produção intelectual e de pesquisa em comunicação precisa deixar de ser autorreferente, marginalmente e perifericamente repetitiva, sabendo dialogar com outros saberes e se fazendo reconhecer por meio deste diálogo.

Em certos casos, uma pesquisa se propõe a relatar a influência de uma mídia, a pensar os efeitos de uma prática, a refletir sobre a qualidade de convencimento ou persuasão de uma mensagem e a ponderar a estrutura e a ordenação dos argumentos em torno de teses da comunicação. Porém, esta pesquisa se lança a este desafio sem a curvatura historiográfica necessariamente tributada à retórica. Isto é devido tanto porque os pesquisadores continuam na natureza de seu estágio primitivo de pensamento quanto porque estes insistem em acreditar que a vida começa do lugar onde estão e que suas perguntas seriam originais, genuínas e inéditas. Uma ciência sem clareza sobre sua própria tradição em pesquisa, teorias, métodos e abordagens, anda em círculos, não avança.

Do ponto de vista metodológico, os estudos em comunicação se têm constituído de investigações mais claramente situadas desde a psicologia, a sociologia e a linguística e a semiologia, com abordagens hermenêuticas, e de análise de conteúdo ou análise do discurso propriamente, em perspectivas sobre processos do implícito e da interpretação e formação/construção de sentidos. Há que se pensar a estrutura da mensagem e sua aplicação na interação humana de modo ainda mais pragmático, antevendo-se tendências e

transformações socioculturais na dinâmica da vida social sem que a ciência se torne mesmo normativa. Entre as obras metodológicas, mais atenção foi dada à retórica como opção metodológica no livro *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, escrito por Martin Bauer e George Gaskell e publicado em língua portuguesa pela editora Vozes, em 2002 – o trabalho já está em sua sétima edição (Bauer e Gaskell, 2002).

A análise retórica é descrita por Joan Leach, na parte II do livro, trazendo, além de um percurso histórico, uma descrição sobre as forças da análise retórica e um exemplo de análise retórica. Entre as obras didáticas de maior circulação no Brasil, foi no livro *Por que estudar a mídia?*, de Roger Silverstone (2002), que se encontrou efetiva menção à retórica e sua relação direta com os estudos em comunicação social. Nesta obra, Silverstone (2002, p. 63) expõe a retórica e a persuasão como objetos de investigação no campo em questão, dedicando um capítulo específico a este aspecto.

Da retórica midiaticizada à retórica jornalística, reclama-se aqui um espaço de investigação que ainda é tímido, inexpressivo e desconexo, mas que se articulando e consistente, pode representar um avanço significativo na compreensão não apenas sobre como a comunicação humana efetivamente funciona, mas como ela *pode funcionar*, contribuindo de forma decisiva para a melhoria das práticas de interação social em favor de menos exclusão, menos opressão e menos sujeição. Estes são desafios que se impõem, aliás, ao jornalismo cidadão, à imprensa contemporânea e a quem estuda a comunicação social neste século XXI.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. Tese (Livredocência) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BENVENISTE, É. Da subjetividade na linguagem. In: _____. **Problemas de linguística geral I**. 3. ed. São Paulo: Pontes, 1991.
- BOANOVA, I. E. M. **A nova retórica e a publicidade**. 1997. Dissertação – Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 1997.
- CAPPARELLI, S.; STUMPF, I. **Teses e dissertações em comunicação no Brasil (1997-1999)**: resumos. Porto Alegre: UFRGS, 2001.
- DORNELLES, B. (Org.). **Mídia, imprensa e as novas tecnologias**. Porto Alegre: ediPUCRS, 2002. (Coleção Comunicação).

FIDALGO, A; FERREIRA, I. A retórica mediatizada. *In*: LOPES, F. L.; SACRAMENTO, I. (Orgs.). **Retórica e mídia**: estudos ibero-brasileiros. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, N. D.; PARZIANELLO, G. O apagamento das forças do discurso persuasivo ante a racionalização das condutas: uma reflexão sobre o poder da fala política na sociedade contemporânea em tempos de CPIs. **Conexão**: comunicação e cultura, Caxias do Sul, v. 5, n. 9, p. 61-71, jan.-jun. 2006.

KERCKHOVE, D. **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2003.

KLÖCKNER, L. Por que empregar a análise retórica no jornalismo? **Revista animus**, Santa Maria, n. 17, v. 9, 2010.

KOCH, I. V. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1984.

LEACH, J. Análise retórica. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MELO, J. M. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MEYROWITZ, J. Why roles change when media change. *In*: _____. **No sense of place**: the impact of electronic media on social behavior. Oxford University Press, 1985. cap. 4.

ORLANDI, E. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1982.

PARZIANELLO, G. **A retórica nos jornais impressos e os desafios ao jornalismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Publit, 2011.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. 1958.

ROHDEN, L. **O poder da linguagem** – a arte retórica de Aristóteles. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

SACRAMENTO, I.; LOPES, F. L. (Orgs.). **Retórica e mídia**: estudos ibero-brasileiros. Florianópolis: Insular, 2009.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, M. Bios midiático: um novo sistema conceitual no campo da comunicação. *In*: MELO, J.; GOBBI, M. C.; SANTOS, M. (Orgs.). **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. Unesco; Universidade Metodista de São Paulo, 2001. p. 71-75.

VAN DIJK, A. **La noticia como discurso**. Barcelona: Paidós, 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BELTRÃO, L. **Teoria geral da comunicação**. 1918. Brasília: Thesaurus, 1977.

KERCKHOVE, D. Texto, contexto e hipertexto: três condições da linguagem, três condições da mente. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, p. 7, dez. 2003.

MARQUES DE MELO, J.; BRITTES, J. G. (Org.). **A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán**. São Paulo: UESP, 1998.

UFC – UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Faculdade de Ciências Sociais e Filosofia. Departamento de Comunicação Social. **Revista de comunicação social**. Fortaleza: UFC, 1973. v. 3, n. 1.

A PRESENÇA DA SEMIÓTICA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Geane Alzamora*

Priscila Borges**

1 A SEMIÓTICA NO CAMPO COMUNICACIONAL

A semiótica permeia a comunicação como um campo de conhecimento relativamente autônomo, embora comumente referenciado como um dos fundamentos teóricos da área. O campo da comunicação é marcado por relações de forças no interior dos diferentes campos de conhecimento que o atravessam (Bourdieu, 1997). Deste modo, a maior ou menor inserção da semiótica nos estudos comunicacionais depende de relações de força que se instauram no interior de campos de conhecimentos tangenciais.

Os pressupostos teóricos e metodológicos da semiótica tanto podem aparecer como disciplina específica na grade curricular dos cursos de graduação em comunicação social no Brasil, como se observa com maior ênfase desde os anos 1980, quanto podem aparecer em conteúdos relacionados a disciplinas afins, como teorias da comunicação e estudos da linguagem, ou até mesmo não constar em algumas grades, nem como disciplina, nem como conteúdo. Mas, de modo geral, observa-se a presença mais ou menos constante da semiótica na área de comunicação social no Brasil, tanto na formação acadêmica, em seus diversos níveis, quanto nas pesquisas e publicações da área.

A semiótica, entretanto, é relativamente recente nos estudos comunicacionais brasileiros. Embora já estivesse sendo estudada na Europa e nos Estados Unidos desde, pelo menos, o começo do século XX,¹ a semiótica chega ao Brasil somente nos anos 1960, no âmbito de investigações realizadas na área de letras.

* Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), membro do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Web e pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias. Endereço eletrônico: <geanealzamora@uol.com.br>.

** Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora executiva do Centro Internacional de Estudos Peirceanos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (CIEP/PUC-SP), vice-secretária geral da International Association for Semiotic Studies (IASS-AIS) e pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias. Endereço eletrônico: <primborges@gmail.com>.

1. Entre 1907 e 1910, o linguista Ferdinand de Saussure, precursor da semiologia, ministrou três cursos de linguística geral na Universidade de Genebra, que resultaram na obra póstuma *Curso de linguística geral*, publicado em 1916 por dois alunos de Saussure, falecido em 1913. A obra, que só foi publicada no Brasil em 1970, tornou-se referencial nos estudos posteriores sobre semiologia. A corrente norte-americana de semiótica funda-se nos estudos do filósofo Charles Sanders Peirce, falecido em 1914. Peirce publicou muito pouco em vida, embora tenha deixado inúmeros manuscritos, posteriormente publicados. No Brasil, os manuscritos de Peirce começam a ser publicados no começo dos anos 1970.

Entre os anos 1960 e 1970, os fundamentos linguísticos da semiologia, tal como aparecem na obra póstuma de Ferdinand de Saussure *Curso de linguística geral*, cuja primeira tradução brasileira data de 1970, tornaram-se referenciais para leituras posteriores de autores caros à interface entre comunicação e semiótica, como Roland Barthes e A. J. Greimas (Rector, 2007). Na mesma época, um grupo de pesquisadores e artistas paulistas, ligados ao círculo da poesia concreta, iniciavam no Brasil estudos acerca da aproximação entre a literatura e a semiótica de Charles Sanders Peirce. Muitas destas discussões permearam o Programa de Pós-Graduação em Teoria Literária da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) – programa que, mais tarde, em 1978, daria origem ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, ainda hoje, o único especializado nesta interface no país.

No começo dos anos 1970, estudiosos brasileiros começaram a publicar trabalhos que se tornariam relevantes na interface entre comunicação e semiótica. Décio Pignatari, que era professor do Programa de Pós-Graduação em Teoria Literária da PUC-SP, publicou pela editora Perspectiva, em 1969, o livro *Informação, linguagem, comunicação*. Em 1970, também pela Perspectiva, Haroldo de Campos, professor no mesmo programa, publicou o livro *Pequena estética de Max Bense*, fundamentado em ideias de Charles Sanders Peirce. Em 1972, a editora Cultrix publicou uma coletânea de textos escritos por Charles Sanders Peirce, com tradução de Octanny S. da Mota e Leonidas Hegenberg. Conforme informações do Centro de Estudos Peirceanos (CENEP/PUC-SP), esta coletânea antecederia em muitos anos as primeiras coletâneas de textos traduzidos de Peirce em vários países da Europa.²

Desde então, a semiótica tem permeado estudos brasileiros relacionados às áreas de comunicação social e de letras, além de manter presença mais discreta em áreas afins como filosofia, arquitetura e belas artes, entre outras. Mais recentemente, a semiótica passou a ser referenciada também na área de computação, resultando em estudos que se proliferam na interface entre comunicação, tecnologias e redes, como se discutirá mais adiante neste trabalho.

1.1 Modelos semióticos de comunicação

As contribuições teóricas e metodológicas da semiótica aos estudos comunicacionais foi esboçada no Brasil por autores como Pignatari (1969), Campos (2000), Coelho Netto (1980), Ferrara (1981), Rector (2007), Santaella (2001), Machado (2003), Santaella e Nöth (2004) e Sodré (2006). Além destes, diversos estudiosos no Brasil têm se dedicado a evidenciar, nos últimos quarenta anos, a relevância da semiótica, em suas diversas abordagens, à elucidação de questões relacionadas

2. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/pos/cos/cepe/semiотica/semiотica.htm#10>>. Acesso em: 20 maio 2012.

ao campo da comunicação social. São inúmeros os estudos brasileiros produzidos nesta interface, disponíveis em forma de livros e artigos publicados, teses, dissertações e monografias.

A inserção da semiótica como perspectiva interdisciplinar³ da comunicação se especifica na proposição de modelos semióticos da comunicação, os quais evidenciam a relevância das teorias semióticas na conformação do campo comunicacional. Como se sabe, teorias e modelos buscam evidenciar aspectos velados de determinado campo do conhecimento. Mais generalizantes, as teorias normalmente fundamentam os modelos, embora estes também possam ajudar na formulação de teorias.

Pode-se dizer, de modo geral, que teorias fornecem o substrato conceitual com o qual os modelos explicitam determinado problema. Segundo Alsina (1989), os modelos sistematizam métodos e objetos, de modo a estabelecerem variáveis e relações que deem conta dos conjuntos de fenômenos complexos sobre os quais se projetam. Assim, embora redutores e simplificadores em relação ao campo de conhecimento abordado, os modelos são essenciais para se evidenciar aspectos velados de um problema, identificando termos e relações que o conformam.

Estudos comunicacionais que se baseiam em modelos fundamentados total ou parcialmente na semiótica proliferam-se no Brasil a partir dos anos 1970.⁴ O modelo do linguista russo Roman Jakobson, difundido no Brasil especialmente a partir da publicação de *Linguística e comunicação* (1973), tornou-se um dos mais conhecidos. Em linhas gerais, o modelo de Jakobson pressupõe relações de linguagem delineadas com base nas variáveis emissor, mensagem, código, contexto, canal e destinatário. Estas variáveis articulam-se entre si para produzir comunicação e, neste processo, traduzem-se respectivamente nas seguintes funções de linguagem: emotiva ou expressiva, poética, metalinguística, referencial, fática e conativa. Neste modelo, um mesmo ato de linguagem pode reunir variadas funções. Altera-se, assim, pela diversidade funcional, a ideia de comunicação como processo homogêneo de transmissão de informações.

As pesquisas do semioticista italiano Umberto Eco sobre modelos de comunicação também tiveram impacto nos estudos brasileiros. Destaca-se, neste cenário, o modelo semiótico-textual (1978) proposto por Umberto Eco e Paolo Fabbri (Eco e Fabbri, 1978) como espécie de revisão do modelo semiótico-informacional formulado pela dupla anteriormente. O modelo semiótico-textual

3. Segundo França (2002), estudos ou campos interdisciplinares se referem à emergência de novas temáticas que começam a ser estudadas a partir do referencial das áreas já constituídas.

4. Deve-se mencionar, porém, que Ferdinand de Saussure apresenta um modelo de comunicação interpessoal, conforme relatado em *Curso de linguística geral*, cuja primeira edição data de 1916. O mesmo pode-se dizer do modelo de semiose de Charles Sanders Peirce, que é considerado um modelo geral de comunicação.

substitui a noção de mensagem por conjuntos textuais e código por conjuntos de práticas textuais culturalmente depositadas (Alsina, 1989). Em *Tratado geral da semiótica* (1976) e em *Lector in fabula* (2004), Eco discute o Modelo Quilian (Modelo Q),⁵ parcialmente inspirado na semiótica peirceana. O modelo se baseia em massa de nós interligados por diversos níveis associativos, dos quais emergem significados variados, conforme as associações realizadas.

Em *Ideografia dinâmica* (1998), cuja primeira edição francesa data de 1991, o filósofo da informação Pierre Lévy propõe um modelo – ou hipótese, como ele prefere – de comunicação que dialoga com a semiótica peirceana para integrar hipertexto, programação por imagens, síntese de imagens e inteligência artificial. Segundo Lévy (1998, p. 215), a ideografia dinâmica leva em conta signos não linguísticos e não verbais para “mobilizar e multiplicar, graças aos novos poderes da informática, toda a cenografia à base de imagens, diagramas, metáforas e narrativas que animam a vida mental”. A ideografia dinâmica, segundo Lévy, seria fundamento da inteligência coletiva. Mais recentemente, Lévy (2011) volta a este tema propondo que a inteligência coletiva seja delineada por uma esfera semântica, sendo esta compreendida não como uma biblioteca, mas como um fluxo que permeia a humanidade em perspectiva info-tecnológica.

Assim como Lévy, que não é semioticista nem comunicólogo, mas dialoga com a semiótica em seus estudos que abrangem o campo da comunicação social, diversos outros pesquisadores têm produzido estudos de interesse para o campo da comunicação com ênfase na semiótica. A atenção que pesquisadores como Jakobson, Eco, Fabri e Lévy dispensam ao tema da semiótica em seus estudos que permeiam o campo da comunicação social sinaliza sua relevância no desenvolvimento do pensamento comunicacional e, de modo mais específico, nos modelos, nas teorias e nos métodos que constituem o campo interdisciplinar da comunicação social.

2 A INSTITUCIONALIZAÇÃO DA SEMIÓTICA NOS ESTUDOS COMUNICACIONAIS BRASILEIROS

Os estudos semióticos no Brasil, conforme já se mencionou, começaram na década de 1960 e se intensificaram a partir da década de 1970. Divididos em duas vertentes, semiologia e semiótica – embora, desde 1969, o termo semiótica tenha sido oficialmente definido como termo comum⁶ –, estes estudos não configuram uma área própria de conhecimento no Brasil, aparecendo sempre relacionados a outros cursos, como letras e comunicação social. A exemplo do que ocorre em

5. O modelo foi elaborado por M. Ross Quilian, em 1968 (Eco, 1976).

6. De acordo com Nöth (2006), por sugestão de Roman Jakobson e com o apoio de Roland Barthes, Emile Benveniste, A. J. Greimas, Claude Lévi-Strauss e Thomas A. Sebeok, o comitê fundador da Associação Internacional de Estudos Semióticos, em 1969, decidiu que, a partir de então, o termo *semiótica* seria empregado como conceito geral para definir este campo, anteriormente designado como semiologia ou semiótica.

outras partes do mundo, órgãos de pesquisa no Brasil, como o Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), não reconhecem a semiótica como área ou subárea de conhecimento. A interdisciplinaridade, portanto, é aspecto definidor dos estudos semióticos no Brasil.

O pensamento de Ferdinand de Saussure, como já se mencionou, exerceu forte influência nos primórdios dos estudos semióticos no Brasil. Nesta época, o francês era língua corrente na academia e, mesmo sem haver traduções no Brasil do livro *Curso de linguística geral* até 1970, o pensamento de Saussure foi bastante disseminado no país, assim como o pensamento de autores da corrente estruturalista,⁷ como Claude Lévy-Strauss e Roland Barthes.

Na década de 1970, porém, muitos pesquisadores que seguiam a corrente de Saussure no Brasil passaram a seguir a semiótica de Algirdas J. Greimas (Rector, 2007). A corrente greimasiana começou a exercer influência no Brasil, em especial a partir de 1967, quando Edward Lopes e Eduardo Peñuela Cañizal iniciaram formalmente suas pesquisas em semiologia no Departamento de Língua e Literatura Espanhola e Literatura Hispano-Americana na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo (USP), orientados pelo pensamento saussureano, mas também abordando Hjelmslev, Barthes e Greimas. Os dois pesquisadores fundaram, nesta época, a revista *Clavileño* para divulgar os trabalhos do grupo (Ferreira, [s.d.]).

Em 1969, Edward Lopes e Eduardo Peñuela Cañizal se mudaram para São José do Rio Preto, interior de São Paulo, e, junto com outros pesquisadores, montaram um grupo de pesquisas semiológicas nessa interface teórica. Em 1973, trouxeram o próprio Greimas para ministrar um Curso de semiótica narrativa e, devido ao grande sucesso do curso, montaram o Centro de Estudos Semióticos A. J. Greimas (CESAJG) em São José do Rio Preto (Ferreira, [s.d.]). Com a fundação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), em 1978, o CESAJG foi transferido para Araraquara, também no interior de São Paulo (Ferreira, [s.d.]).

Esse centro de estudos foi responsável por uma tradução do *Dicionário de semiótica*, de A. J. Greimas e J. Courtès, e pela publicação de duas revistas. Inicialmente, lançaram a revista *BACAB – Estudos semiológicos*; depois, a revista oficial do centro passou a ser a *Significação – Revista brasileira de semiótica*, ainda em circulação. Foram editados 32 números até 2009 – conforme *site* da editora

7. Com base no pensamento de Ferdinand de Saussure, o estruturalismo postula que todos os sistemas pelos quais as sociedades se organizam refletem processos de comunicação. O termo *estrutura* designa simultaneamente um conjunto, as partes deste conjunto e as relações destas partes entre si. São considerados expoentes do estruturalismo Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Jacques Lacan e Louis Althusser, entre outros (Mora, 1996).

Annablume.⁸ A partir do número 27, tendo Peñuela Cañizal como coordenador da revista, o nome da publicação passou a ser *Significação – Revista de cultura audiovisual*. Atualmente, a revista pertence ao Centro de Pesquisa em Poética da Imagem do Departamento de Ciência, Rádio e TV da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).⁹

De acordo com Ferreira ([s.d.]), as fronteiras entre os estudos semiológicos e semióticos se aprofundam no Brasil com a institucionalização das pesquisas.¹⁰ Ferreira identifica que a semiótica estruturalista é muito pesquisada na USP, a semântica da enunciação e a análise do discurso predominam na Universidade Estadual e Campinas (UNICAMP), enquanto a semiótica peirceana destaca-se na PUC-SP. No levantamento feito pela autora, nas décadas de 1970 e 1980, não foi encontrada produção em semiótica peirceana na USP nem na UNICAMP. Durante este período, a PUC-SP foi o grande centro disseminador de investigações em semiótica peirceana no Brasil.

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP caracterizava-se, inicialmente, por ter como base a semiótica peirceana, mas, com o tempo, buscou abranger outras vertentes dos estudos semióticos. Como já se mencionou, as discussões sobre semiótica tiveram origem na PUC-SP no âmbito do então Programa de Pós-Graduação em Teoria Literária, fundado em 1972 por Lucrécia Ferrara. O quadro docente deste programa incluía pesquisadores como Haroldo de Campos, Décio Pignatari, Leyla Perrone-Moisés e o professor convidado, Boris Schnaiderman. Em 1978, o curso passou por reforma curricular e, a partir de então, recebeu a denominação que permanece até hoje, Comunicação e Semiótica (COS).

Ressalta-se a fundação da Associação Brasileira de Semiótica, em 1974, por Décio Pignatari (Santaella e Nöth, 2004). A criação desta associação e posteriormente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica foram marcos importantes na consolidação dos estudos semióticos no país. Por ser o único programa de pós-graduação especializado no cruzamento entre comunicação e semiótica, tornou-se muito relevante na formação acadêmica nesta interface no país, razão pela qual seu percurso histórico será detalhado aqui.

Com ênfase nas relações entre semiótica e campos variados de conhecimento, como literatura, artes, música e comunicação, esse programa de pós-graduação é hoje permeado por diversas correntes semióticas. Cabe destacar, porém, que

8. Disponível em: <http://www.annablume.com.br/comercio/product_info.php?cPath=28_31&products_id=893>. Acesso em: 3 dez. 2011.

9. Disponível em: <<http://www.usp.br/significacao/sobre.asp>>. Acesso em: 3 dez. 2011.

10. Enquanto estudos derivados da perspectiva saussureana compreendem fenômenos trans-linguísticos (textuais) e códigos culturais, a perspectiva peirceana é uma teoria geral dos signos, o que inclui estudos de signos não humanos (Nöth, 2006). As diferenças de abordagens justificam, em parte, a cisão entre estes grupos de pesquisadores.

embora a semiótica peirceana tenha sido inicialmente difundida no país por este programa, a semiótica da cultura, de origem russa, sempre teve penetração nos estudos que se desenvolveram neste programa. Haroldo de Campos e Boris Schnaiderman, por exemplo, foram pioneiros na introdução dos estudos de semiótica russa no Brasil, além de terem sido também tradutores de obras russas teóricas e literárias. Este aspecto é muito importante na disseminação desta matriz semiótica no Brasil, porque um dos entraves era justamente a dificuldade de acesso aos textos. Em sua maioria, os tradutores de obras literárias não eram críticos teóricos e grande parte deles não dominava o idioma. O acesso aos textos russos, ainda hoje, depende tanto do aprendizado da língua quanto do trabalho comparativo das diferentes traduções para línguas ocidentais (Machado, 2003).

Haroldo de Campos e Boris Schnaiderman foram interlocutores de Roman Jakobson e, deste modo, foram relevantes na disseminação de seu pensamento no Brasil, assim como o de Mikhail Bakhtin, Iuri Lótman, Siêrguei Eisenstein e autores da chamada Escola de Tártu-Moskou. Voltada para os estudos da cultura, a semiótica de vertente russa propõe, em linhas gerais, o estudo dos signos e códigos, contemplando a confluência de diferentes sistemas culturais para a compreensão da cultura, entendida como um processo de semiose contínuo.

Quinze anos depois de seu início, o COS tinha aproximadamente setenta alunos de mestrado, menos de dez alunos de doutorado e onze bolsistas (Santaella, 2001). Em 1987, sob a coordenação de Lucia Santaella, o programa iniciou seu processo de expansão. Foram criados projetos coletivos para integrar as pesquisas que, até então, tinham um caráter muito individual; aumentou-se a produção por meio do trabalho conjunto e, com isso, foi possível aumentar também o número de bolsas mediante apoio das agências de fomento. Com apoio financeiro da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), por exemplo, foi criado um laboratório de computação gráfica, pioneiro para a época, que alavancou as pesquisas em novas tecnologias e imagens técnicas no programa (Santaella, 2001).

Em 1992, o programa passou por uma segunda reforma curricular, baseada em três núcleos de linguagem: verbal, visual e sonora. Cada núcleo tinha seu próprio laboratório, e as disciplinas eram estruturadas conforme estes três princípios organizadores. Além de um novo princípio organizador, a reforma tinha por objetivo fortalecer as disciplinas teóricas, ampliar a abrangência de correntes semióticas no programa – além da peirceana, a saussuriana, hjelmsleviana, barthesiana, greimasiana, soviética etc. – e buscar perspectivas comparativas entre elas. Pretendia-se, deste modo, constituir um perfil intersemiótico no programa. O curso, nesta época, foi avaliado pela Capes como A+ e considerado com a melhor e maior produção do Brasil (Santaella, 2001).

Nesse período, foram criados nove centros de pesquisa no programa, os quais eram responsáveis, entre outras atividades, pela organização de seminários e conferências com pesquisadores especialistas nas diversas áreas de interesse do curso. Também foi planejado um sistema de rodízio entre as agências de fomento para conseguir que professores estrangeiros e nacionais ministrassem aulas como professores convidados. Segundo Santaella (2001), em dez anos, de 1989 a 1999, o programa ofereceu 38 disciplinas com professores convidados estrangeiros e dezesseis com professores convidados nacionais. Como resultado deste esforço, de acordo com Santaella, foi realizado, em 1996, o Congresso Internacional de Semiótica, na PUC-SP.

A partir de 1997, o programa passou a ofertar mestrado e doutorado interinstitucionais, o que colaborou para a difusão dos estudos semióticos para outras instituições universitárias no país. Deste modo, o programa conseguiu expandir sua área de atuação, incentivando a pesquisa em comunicação e semiótica fora do estado de São Paulo.

Duas revistas foram editadas pelo COS. A primeira delas, *Face – Revista de semiótica e comunicação*, teve treze números publicados de 1988 a 1999, sob a responsabilidade científica de Lúcia Santaella. Em 2001, foi criada a *Galáxia – Revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura*, sob a responsabilidade científica de Irene Machado, até 2005, quando a pesquisadora saiu da PUC-SP e foi para a ECA/USP. Desde então, a publicação está sob a responsabilidade científica de José Luiz Aidar Prado. *Galáxia* é hoje uma das mais importantes revistas brasileiras na área de comunicação social, sendo avaliada pela Capes, dentro do Sistema Qualis de avaliação de periódicos, como B1.

No início dos anos 2000, o programa passou por outra reforma curricular, passando a incluir três linhas de pesquisa concentradas nas áreas de signos e significações nas mídias: cultura e ambientes midiáticos; processos de criação nas mídias; e análise das mídias. Nos últimos dez anos, revezaram-se na coordenação do programa os professores Arlindo Machado, Helena Katz, José Luiz Aidar Prado, Ana Cláudia de Oliveira, Eugênio Trivinho e Lucrécia D'Alessio Ferrara. Até o final do primeiro semestre de 2011, foram produzidas, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 1.109 dissertações de mestrado e 597 teses de doutorado.

A institucionalização de estudos na interface entre comunicação social e semiótica expande-se no Brasil, embora o COS continue a ser o único programa de pós-graduação neste cruzamento. Em 2010, foi criada, na ECA/USP, a revista on-line *Semeiosis*, no âmbito do Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação do CNPq, coordenado pelos professores Irene Machado e Vinícius Romanini desde 2009. Também em 2010 foi criado o Grupo de Pesquisa em Semiótica

e Culturas da Comunicação do CNPq, que integra, sob a coordenação geral de Alexandre Rocha da Silva e Ione Maria Ghislene Bentz, os núcleos de pesquisa Semiótica Crítica do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), Design Estratégico do Programa de Pós-graduação (PPG/Unisinos), Memória, Informação e Suportes (PPGCOM/UFRGS) e Corporalidades (PPGCOM/UFRGS). No mesmo ano, foi criado, na Universidade Federal do Amazonas, o Mediação – Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação (CNPq), sob a coordenação de Mirna Feitosa e Cláudio Manoel de Carvalho Correia.¹¹

Em 2009, pesquisadores provenientes de várias instituições brasileiras criaram o Centro Internacional de Semiótica e Comunicação¹² (Ciseco), em Japaratinga, Alagoas. Desde então, o Ciseco organizou três pentálogos e um simpósio temático, para os quais foram convidados diversos pesquisadores nacionais e internacionais. A perspectiva do Ciseco é consolidar-se como um centro internacional e interinstitucional de pesquisa na interface entre comunicação social e semiótica.

2.1 Estudos semióticos na Intercom e na Compós

Uma vez que os estudos de semiótica se disseminaram pelo país e passaram a figurar como aspecto relevante no ensino e na pesquisa desenvolvidos no âmbito de cursos de graduação e pós-graduação em comunicação social no país, começaram a ser criados espaços específicos para a discussão e apresentação de pesquisas em semiótica nas sociedades de estudos de comunicação. Contudo, a abertura destes espaços para a semiótica na área de comunicação social não se deu de forma simples, nem com o apoio de todos. Para entender melhor este cenário, serão observados os grupos voltados para os estudos semióticos na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), e na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

A Intercom foi fundada em 1977 e é hoje reconhecida como a promotora de um dos maiores congressos da área de comunicação no país. Os grupos de pesquisa desta sociedade são organizados em oito divisões temáticas (DTs).

11. Ressalta-se que esses novos grupos e centros de pesquisa criados recentemente no país, relacionados à interface entre comunicação e semiótica, refletem em grande medida a influência do COS, pois são coordenados muitas vezes por ex-alunos ou ex-professores do programa.

12. Entre os objetivos do Ciseco, destacam-se: *i)* apoiar e realizar pesquisas de temas cujos objetos estejam relacionados com a semiótica e as ciências da comunicação; *ii)* realizar cursos, simpósios, congressos e atividades similares que promovam o debate e o desenvolvimento dos conhecimentos teóricos e metodológicos da semiótica e das ciências da comunicação; e *iii)* criar condições favoráveis para o desenvolvimento científico, cultural e técnico dos estudos, da pesquisa semiótica e das ciências da comunicação. Compõem a Diretoria do Ciseco os pesquisadores Antonio Fausto Neto (professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos), Antonio Luiz Oliveira Herbelé (professor da Universidade Católica de Pelotas), Eliseo Verón (professor da Universidad de San Andrés – Argentina), Giovandro Marcos Ferreira (professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia) e Paulo César Castro (professor da ECO/UFRJ). Disponível em: <http://www.ciseco.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=49:o-ciseco-entre-o-ritmo-do-mar-e-o-ritmo-dos-signos&catid=16:artigos&Itemid=22>. Acesso em: 25 mai. 2012.

Cinco destas divisões temáticas representam as habilitações dos cursos de graduação em comunicação social, como jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas e comunicação organizacional, audiovisual e multimídia. As outras três divisões temáticas contemplam as pesquisas interconectadas a outras áreas de estudos e conhecimentos – DT Interfaces Comunicacionais –, os estudos de comunicação em relação ao espaço e à cultura – DT Comunicação, Espaço e Cidadania – e os estudos epistemológicos da comunicação e da informação – DT Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

O Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação foi criado pela professora e pesquisadora Lucia Santaella em 1996. Ele compõe a Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação junto com outros cinco grupos de pesquisa, entre eles o de Teorias da Comunicação. Esta divisão mostra que, apesar dos esforços de vários pesquisadores (Santaella e Nöth, 2004; Motta, 2004; Bergman, 2009) em mostrar que a semiótica é uma teoria da comunicação, os estudos de linguagem seguem separados das tradicionais pesquisas em teoria da comunicação.

Lucia Santaella coordenou o grupo semiótica da comunicação até o ano 2000. A partir de então, Irene Machado assumiu a coordenação, tendo ocupado esta função de 2001 a 2006. Tanto Santaella quanto Machado eram, neste período, professoras e pesquisadoras do Curso de Comunicação e Semiótica da PUC-SP. De 2007 a 2010, Elisa de Souza Martinez, professora do Instituto de Artes da Universidade de Brasília (UnB) e doutora em comunicação e semiótica pela PUC-SP, foi a coordenadora do grupo. Atualmente, o grupo é coordenado por Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa e Alexandre Rocha da Silva, que foram eleitos para coordenar o grupo de 2011 a 2013. Regiane é mestre e doutora em comunicação e semiótica pela PUC-SP e professora do Curso de Graduação em Comunicação Social da mesma instituição. Alexandre é mestre e doutor em ciências da comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e professor na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

Durante os dezesseis anos de existência, o Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação da Intercom foi coordenado por pesquisadores vinculados ao Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Apesar da predominância de pesquisadores de uma mesma instituição, as diversas correntes semióticas foram representadas neste período. Lucia Santaella é a maior disseminadora da semiótica peirceana no Brasil, Irene Machado se destaca pelos estudos em semiótica russa, Eliza Martinez dedica-se à semiótica greimasiana e sua aplicação nas artes visuais e Regiane Nakagawa à semiótica da cultura. Alexandre Silva, único coordenador externo à PUC-SP, dedica-se à semiótica discursiva. Sua formação, pela Unisinos vem dos estudos semióticos desenvolvidos na tradição em linguística da USP.

A tardia criação do Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação na Intercom, dezenove anos após a criação da sociedade, repete-se na Compós. Em 2010, há exatos dezenove anos da criação da Compós, surge um Grupo de Trabalho em Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação, coordenado por Ana Cláudia Mei Alves de Oliveira e vice-coordenação de João Batista Freitas Cardoso. Ela, pesquisadora em semiótica discursiva no Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP; ele, mestre e doutor em comunicação e semiótica pela PUC-SP, com ênfase na semiótica peirceana e professor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Apesar da evidente vinculação do grupo de trabalho com a semiótica, tanto o nome quanto a descrição deste grupo de trabalho referem-se apenas a estudos de linguagem e significação, estando ausente de sua ementa a palavra “semiótica”.

3 NOVOS CENÁRIOS

Para além dos espaços institucionalizados da pesquisa e divulgação científica relacionados à interface entre comunicação social e semiótica no Brasil, observa-se a crescente apropriação dos estudos de semiótica por outras áreas do conhecimento, relativamente próximas à comunicação social, como ciência cognitiva, ciência da informação, computação e neurociência.

Os estudos relacionados à interface entre semiótica e cognição expandem-se pelo país por meio da atuação de pesquisadores relacionados a diferentes grupos, centros e instituições. Boa parte das pesquisas nesta interface adota a teoria semiótica de C. S. Peirce, pois, de acordo com essa teoria, a “cognição é um elemento constitutivo no processo do signo triádico ou semiose, tal como Peirce (CP 5.484) define o processo em que o signo tem um efeito cognitivo no intérprete” (Nöth, 1995, p. 131). Este efeito não é restrito à mente humana, podendo ser aplicado a processos sígnicos que envolvam qualquer tipo de inteligência, até mesmo maquínica.

Segundo Santaella e Nöth,¹³ o campo de intersecção entre a semiótica peirceana e a ciência cognitiva é muito amplo e seriam necessários anos de pesquisa para explorá-lo. Os dois coordenam a linha de pesquisa Aprendizagem e Semiótica Cognitiva na Área de Concentração Processos Cognitivos e Ambientes digitais do curso de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e *Design* Digital (TIDD) da PUC-SP.

Vinculado ao TIDD, há um grupo de estudos do Centro Internacional de Estudos Peirceanos (CIEP) também dedicado aos estudos de semiótica cognitiva. O Filo.Mente – Grupo de estudos em Semiótica Cognitiva e Filosofia

13. Disponível em: <<http://pos.pucsp.br/programas/3058/tidd-pesquisa-docente-linha-aprendizagem-semiotica-cognitiva>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

da Arte,¹⁴ coordenado por Ana Maria Guimarães Jorge, existe há pelo menos dez anos. A filosofia peirceana norteia a reflexão do grupo acerca do conceito de mente, que não se confunde com consciência, mas que está relacionado à dinamicidade da matéria.

No Instituto de Artes e *Design* da Universidade Federal de Juiz de Fora, o Grupo de Pesquisa em Ciência Cognitiva e Semiótica,¹⁵ coordenado por Álvaro João Magalhães de Queiroz, mestre e doutor em comunicação e semiótica pela PUC-SP, atua na produção artística, teórica e tecnológica. Semiótica cognitiva, bioarte e vida artificial são as três linhas que orientam a produção do grupo, que não se restringe à pesquisa teórica, mas abrange também a produção artística. Participa deste grupo o pesquisador Sidarta Ribeiro, um dos idealizadores do Instituto do Cérebro da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Ribeiro relaciona a semiótica aos processos de comunicação animal e também desenvolve pesquisa relacionando sono aos processos de criação.

O Grupo de Pesquisa em Engenharia Semiótica¹⁶ (SERG) da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) foi precursor dos estudos nesta área no Brasil. Criado em 1996, por Clarice Sieckenius de Souza, o grupo é hoje referência internacional em engenharia semiótica. Inicialmente, os estudos de engenharia semiótica apontavam apenas para o estudo do *design* de interface, mas o trabalho deste grupo de pesquisa ampliou o conceito, que é hoje compreendido como uma semiótica da interação humano-computador (IHC). Entende-se que o computador faz a mediação entre os *designers* e os usuários, e a semiótica é utilizada para compreender este processo de mediação. Nesta perspectiva semiótica, que dialoga com pressupostos teóricos oriundos dos trabalhos de Peirce e Eco, entre outros, as interações humano-computador passaram a ser entendidas como um processo de comunicação. Clarice de Souza é a autora do capítulo sobre engenharia semiótica da *Enciclopédia das interações humano-computador* (*Encyclopedia of human-computer interaction*), publicação digital gratuita disponibilizada pela Interaction Design Org.

O Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) também desenvolve pesquisa em engenharia semiótica no Núcleo de Pesquisa em Engenharia Semiótica e Interação¹⁷ (PENSi), fundado e coordenado por Raquel Oliveira Prates, pesquisadora vinculada ao SERG. Evidencia-se, assim, o papel do grupo da PUC-Rio como formador de pesquisadores e disseminador desta teoria no Brasil.

14. Disponível em: <<http://www.filomente.com.br/apresentacao.html>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

15. Disponível em: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=08048031DMT3FO>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

16. Disponível em: <<http://www-di.inf.puc-rio.br/>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

17. Disponível em: <<http://pensi.dcc.ufmg.br/>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

O Núcleo de Estudos das Mediações e Usos Sociais dos Saberes em Ambientes Digitais¹⁸ (NEMUSAD), da Escola de Ciência da Informação (ECI) da UFMG, trabalha numa perspectiva transdisciplinar, agregando pesquisadores da ciência da informação, comunicação, computação, ciências da linguagem, educação, sociologia e filosofia. Sob a coordenação de Maria Aparecida Moura, doutora em comunicação e semiótica pela PUC-SP, o grupo dedica-se ao estudo das dinâmicas das redes, mobilidade, sociabilidade, redes sociais, organização da informação em ambientes colaborativos, democratização e acesso à informação e cultura informacional, com base na semiótica peirceana.

A aplicação de pressupostos teórico-conceituais e metodológicos oriundos da semiótica em outras áreas do conhecimento, que tangenciam, cada vez mais, o campo da comunicação social, confirma a relevância da semiótica na interdisciplinaridade comunicacional contemporânea. A despeito de manter presença irregular nas grades curriculares dos cursos de comunicação social, a semiótica parece se consolidar, cada vez mais, como aspecto relevante no processo de expansão do campo comunicacional.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. **Los modelos de la comunicación**. Madrid: Tecnos, 1989.
- BERGMAN, M. **Peirce's philosophy of communication**. The rhetorical underpinnings of the theory of signs. London: Continuum, 2009.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CAMPOS, H (Org.). **Ideograma: lógica, poesia, linguagem**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.
- _____. **Pequena estética de Max Bense**. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- COELHO NETTO, J. T. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1980.
- ECO, U. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- _____. **Tratado geral da semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- ECO, U.; FABBRI, P. Progetto si ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale. **Problemi dell'informazione**, ano 3, n. 4, p. 555-597, out./dez. 1978.
- FERRARA, L. D'A. **A estratégia dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
- FERREIRA, A. C. F. **Estudos da significação na USP e na UNICAMP**: um levantamento bibliográfico. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/textos/e00004.htm>>. Acesso em: 8 set. 2011.

18. Disponível em: <<http://nemusad.eci.ufmg.br/>>. Acesso em: 1º jun. 2012.

FRANÇA, V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? *In*: MOTTA, L. G.; WEBER, M. H.; PAIVA, R. (Orgs). **Estratégias e culturas da comunicação**. Brasília: Editora UnB, 2002. p.13-3.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. Trad. Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1973.

LÉVY, P. **A ideografia dinâmica**. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **La sphere sémantique** – Tome 1. Computation, cognition, économie de l'information. Paris: Hermès, 2011.

MACHADO, I. **Escola de semiótica**. A experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

MORA, J. F. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

NÖTH, W. Semiótica e semiologia – Os conceitos e as tradições. **ComCiência** – Revista eletrônica de jornalismo científico, 10 mar. 2006. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=11&id=82>>. Acesso em: 25 maio 2012.

_____. **Panorama da semiótica** – de Platão a Peirce. São Paulo: AnnaBlume, 1995.

PEIRCE, C. S. **Semiótica e filosofia**. Trad.: Octanny S. da Mota e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, 1972.

PIGNATARI, D. **Informação, linguagem, comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1969.

RECTOR, M. Semiotics in Brazil: trends from the last century to the present. **Semiotix**, n. 7, 2007. Disponível em: <<http://www.semioticon.com/semiotix/semiotix7/index.html>>. Acesso em: 7 ago. 2011.

SANTAELLA, L. Semiótica: ciência ou método. *In*: Colóquio de Semiótica, 2. **Anais...** Rio de Janeiro: Loyola; PUC-RJ, 1983. (Temas universitários 5).

_____. Brazil: a culture in tune with Semiotics. **The Semiotic Web 1989**. New York: Mouton de Gruyter, 1990.

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

_____. **Histórico do programa COS**. 16 maio 2001. Manuscrito.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1993.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis** – Afeto, mídia e política. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MOTTA, L. T. Literatura e comunicação. *In*: MOTTA, L. T. **Literatura e contracomunicação**. São Paulo: Unimarco, 2004.

MOURA, M. Dilemas da comunicação. **Revista Pesquisa Fapesp**, n. 82, dez. 2002. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/?art=2005&bd=1&pg=1&lg=>>>. Acesso em: 27 fev. 2012.

SAPORITI, E. O ensino de semiótica na PUC-SP. *In*: Colóquio de Semiótica, 2. **Anais...** Rio de Janeiro: Loyola; PUC-RJ, 1983. (Temas universitários 5).

OS ESTUDOS CULTURAIS NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL: DÉCADAS DE 1990 E 2000

Bruno Campanella*

1 INTRODUÇÃO

Escrever sobre os estudos culturais (ECs) no campo da comunicação no Brasil representa desafio em vários aspectos. Desde os trabalhos pioneiros que marcaram seu início no Reino Unido da década de 1960, os estudos culturais têm como proposta o estabelecimento de perspectiva própria acerca da cultura, apresentando um modo engajado de olhar e agir sobre ela. Diversas instâncias teórico-metodológicas têm sido utilizadas pelos acadêmicos vinculados aos ECs para, neste contexto, pensar a articulação entre cultura, poder e práticas cotidianas. Embora os estudos culturais se caracterizem pela interdisciplinaridade – bebendo nas fontes da literatura, da sociologia, da antropologia e da comunicação –, eles alcançaram relativa institucionalização em países anglosaxões. No Reino Unido, na Austrália e nos Estados Unidos, por exemplo, existem centenas de cursos de graduação e pós-graduação em estudos culturais. No Brasil, e na América Latina de modo geral, este processo não se repetiu. Os trabalhos desenvolvidos no âmbito nacional na perspectiva dos ECs foram sempre feitos em departamentos de ciências humanas e sociais – como letras, sociologia e comunicação –, sem que, em muitos casos, tivessem a vinculação aos estudos culturais assumida pelos seus autores. A dificuldade de tentar reconstruir uma história dos estudos culturais no campo da comunicação no Brasil, objetivo deste capítulo, decorre justamente da manifestação dispersa – e muitas vezes não reconhecida – desta perspectiva no âmbito nacional.

Renato Ortiz, um dos mais importantes teóricos brasileiros associados aos ECs, descreve, com certo embaraço, a sensação de descoberta tardia que sentiu quando tomou consciência, em uma conferência em Berlim em 1995, que poderia considerar-se um praticante dos estudos culturais. Ortiz relata que, no ano seguinte,

num seminário realizado em Stirling (Escócia), do qual Stuart Hall era um dos participantes, essa sensação se reforçou, pois, ao lado de meus amigos Néstor García Canclini e Jesús Martín-Barbero, lá me encontrava como representante de algo que nunca me tinha ocorrido (Ortiz, 2004, p. 119).

* Professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF).

O relato de Ortiz (2004) é indicativo da complexidade de mapear de modo claro o percurso dos estudos culturais no Brasil da década de 1990, ainda mais quando tal busca se restringe ao campo específico da comunicação. Para realizar esta tarefa, torna-se fundamental entender em maior profundidade o que são os ECs, sob quais circunstâncias eles surgiram e como suas versões latino-americana e, em última instância, brasileira foram tomando forma.

2 A ORIGEM DOS ESTUDOS CULTURAIS

A despeito das controvérsias envolvendo o desenvolvimento de um campo ainda em expansão, existe certo consenso de que os trabalhos seminais de Richard Hoggart, Raymond Williams e E. P. Thompson foram responsáveis pelo assentamento dos alicerces dos ECs britânicos no final dos anos 1950 e início dos 1960 (Cevasco, 2003; Escosteguy, 2001; Mattelart e Neveu, 2004; Morley, 1992). Em *Culture is ordinary*, escrito na forma de ensaio, Williams (2000) tenta construir um conceito de cultura que é vinculado tanto às experiências vividas das práticas cotidianas – visão tradicionalmente associada à antropologia – quanto aos modos de significação que circulam na sociedade moderna, como os filmes, a televisão, as campanhas publicitárias etc.¹ Por meio de relatos de experiências pessoais, o autor combate percepções monolíticas acerca da cultura “comum”, tradicionalmente usadas nas disputas por significados e valores na sociedade. O autor coloca esta posição de maneira clara quando afirma:

não acredito que as pessoas comuns de fato se assemelhem às descrições normalmente feitas às massas, baixas e triviais nos gostos e hábitos. Eu ainda coloco isso de outro modo: não existem de fato massas, mas somente maneiras de ver as pessoas como massas (Williams, 2000, p. 98).

Com proposta semelhante no que diz respeito à valorização da cultura cotidiana da classe trabalhadora britânica, Hoggart (1958) publica *The uses of literacy (As utilizações da cultura, no Brasil)*. Neste livro, O autor descreve minuciosamente funerais, casamentos, encontros com familiares distantes, hábitos de leitura e outros costumes que traduzem as alegrias, as inseguranças e os modos de vida de pessoas comuns e com perspectivas profissionais limitadas. Já em *The making of the English working class*, Thompson (1963) analisa o surgimento da classe operária inglesa no final do século XVIII e no início do XIX. A partir de cartas, documentos encontrados em paróquias, decisões judiciais da época e outras fontes históricas, o autor mostra a emergência de uma classe operária que, em vez de ser passiva diante de suas circunstâncias socioeconômicas desfavoráveis, produz identidade comum baseada em práticas resistentes ligadas a valores como solidariedade, coletivismo e radicalismo político.

1. Williams chega a afirmar que *culture* é “uma das duas ou três palavras mais complicadas da língua inglesa” (Williams, 2007, p. 117).

Em todos os casos já referidos, o que está em jogo é a disputa por conceito amplo de cultura, desvinculado das definições elitistas defendidas por Frank Leavis e T. S. Eliot – influentes críticos literários das primeiras décadas do século XX que se empenhavam em estabelecer um quadro de valores “a partir do qual seria possível julgar os rumos incertos da civilização contemporânea” (Cevasco, 2003, p. 35). Leavis foi particularmente importante no processo de transformação que os estudos literários britânicos experimentaram naquela época, como reação a uma suposta decadência cultural decorrente da massificação da sociedade. Segundo o projeto nostálgico dele e de seus seguidores, os estudos literários deveriam, por meio da constituição do cânone das grandes obras de literatura, resgatar valores perdidos de uma sociedade idílica, orgânica e integrada do passado, que estaria sendo ameaçada pela popularização de uma cultura midiática criada de acordo com os processos modernos de produção. Em outras palavras, o campo da literatura ficava cada vez mais idealizado e apartado do mundo, em vez de traduzir a vida social existente na época.

Os ECs partiam de perspectiva oposta. Os próprios Williams e Hoggart haviam sido professores da Workers' Educational Association (WEA), associação para educação superior de operários, o que os colocava em contato direto com o cotidiano da classe trabalhadora. Neste contexto, a tradição dos sindicatos e os hábitos destas populações eram vistos como importantes expressões de cultura comum, rica em valores solidários, que, contudo, não se encaixava nos ideais de modelo de “alta cultura”, ainda bastante valorizado naquela época.

Embora em diferentes circunstâncias, Paulo Freire desenvolvia no Brasil, também nos anos 1960, um trabalho com escopo não muito distinto daqueles conduzidos pelos pioneiros dos ECs no Reino Unido. Mattelart e Neveu (2004, p.142) sugerem esta proximidade ao lembrar que a “pedagogia do oprimido” de Freire representava tentativa de refletir sobre os elementos de resistência constituídos ao longo da história das culturas populares brasileiras. Para Freire (2005), a libertação da classe trabalhadora – camponesa e urbana – deve necessariamente ocorrer por meio da tomada de consciência de sua situação, o que só poderia ganhar forma a partir da adoção de perspectivas próprias em relação ao mundo. Ou seja, a cultura cotidiana dos oprimidos é, segundo o pedagogo, o único referencial possível para que eles possam desencadear um processo de resistência e disputa por poder. O autor destaca o papel do educador humanista no processo:

o empenho dos humanistas (...) está em que os oprimidos tomem consciência de que, pelo fato mesmo de que estão sendo “hospedeiros” dos opressores, como seres duais, não estão podendo ser (Freire, 2005, p. 99).

Nesse sentido, seria possível afirmar que tanto os ECs britânicos como a “pedagogia do oprimido” de Freire (2005) propõem o conhecimento da realidade vivida pelas populações trabalhadoras não do ponto de vista de cultura elitizada e,

por consequência, exógena ao seu dia a dia, mas, sim, a partir de experiência dialógica e reconhecível do mundo. Ainda que os debates levados à frente por Williams (2000; 2007), Hoggart (1958) e Thompson (1963) não tenham sido articulados com o trabalho de Freire (2005) naquela época, ambas as propostas compartilhavam um projeto político em suas definições e seus conceitos de cultura.

A partir de meados dos anos 1960, contudo, os estudos culturais deixam de simplesmente representar perspectiva teórica acerca da cultura, dividida por alguns pesquisadores, para se institucionalizar. Hoggart foi o primeiro diretor do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), criado na Universidade de Birmingham, em 1964. Como proposta inicial, o centro buscou utilizar o instrumental da crítica literária, popularizado por Leavis, para analisar produtos da cultura massiva e práticas culturais populares – em vez de clássicos da literatura de língua inglesa. Após enfrentar dificuldades iniciais geradas por desconfianças de acadêmicos de outros campos e falta de dinheiro, os estudos culturais consolidaram-se com a chegada da década de 1970 (Mattelart e Neveu, 2004, p. 57). Stuart Hall, personagem fundamental na história dos ECs, substituiu Hoggart na direção do CCCS e passou a realizar um trabalho consistente de difusão dos trabalhos dos pesquisadores recém-formados. Inicialmente por meio dos *working papers*, depois pelas coletâneas publicadas como livro, Angela McRobbie, David Morley, Dick Hebdige, Paul Willis, Paul Gilroy, Simon Frith e outros membros da segunda geração de teóricos dos ECs começam a ser lidos e a ganhar visibilidade.

Naquela época, muitas pesquisas se concentravam na investigação de subculturas juvenis. *Punks*, *Teddy boys*, *rastas* e *hippies* foram analisados em trabalhos que davam ênfase às chamadas “guerrilhas semióticas”, usualmente travadas por jovens das classes trabalhadoras, que passavam por uma espécie de crise de reprodução do mundo operário (Hall e Jefferson, 1976; Hebdige, 1979; Willis, 1977). O período do pós-guerra britânico, em que estas subculturas aparecem, foi marcado pela expansão de uma nova economia simbólica influenciada pela popularização dos meios massivos de comunicação e das campanhas publicitárias, bem como pela permanência mais longa dos jovens no sistema educacional, o que significou entrada comparativamente tardia e em circunstâncias diferentes das de seus pais no mercado de trabalho. Este contexto criou ambiente de incertezas que, de acordo com os pesquisadores do CCCS, era administrado por movimentos subculturais que, em alguns casos, produziam a ruptura e, em outros, a continuidade de valores tradicionalmente associados às classes operárias. O consumo hedonista, a mobilidade social e o distanciamento de aspectos “vulgares” de representação rude de masculinidade eram marcas de subculturas que se caracterizavam por esta ruptura. A solidariedade de grupo e a adoção de virilidade agressiva, por sua vez, pertenciam a movimentos como o *punk* e o *skinhead*, que se aproximavam mais do universo operário – ou seja, compartilhavam seus valores.

De acordo com Escosteguy (2010), entretanto, os trabalhos dos ECs começaram, no final da década de 1970, a direcionar suas preocupações para a questão da ideologia e das representações nos meios de comunicação. O início do longo governo conservador da então primeira-ministra do Reino Unido Margaret Thatcher oferece o pano de fundo para as incursões de Hall (2005) nestas problemáticas. Em *A redescoberta da “ideologia”*, título de um de seus influentes ensaios, Hall (2005, p. 83) reflete, por exemplo, sobre as significações dadas pela mídia às greves do período 1978-1979, conhecido como o “inverno da frustração”.² Em vez de o movimento ser apresentado pela British Broadcasting Corporation (BBC) como uma defesa pelos grevistas de padrões de vida que estariam sob risco de erosão, ele foi retratado como um ataque frio e desumano contra velhos, doentes e outros membros comuns e indefesos da sociedade britânica. Em sua argumentação sobre estas questões, este autor tenta demonstrar como

pode ser verdade que as instituições da mídia eram simultaneamente livres, de fato, de qualquer coerção e restrição direta, e, no entanto, sistematicamente se articulavam livremente em torno de definições da situação que favoreciam a hegemonia dos poderosos (Hall, 2005, p. 86).

Muitos desses primeiros trabalhos dos ECs que se preocupavam com os meios de comunicação tinham o foco no campo do jornalismo. De modo geral, são discussões que envolvem a esfera pública da sociedade e os efeitos ideológicos que a televisão e as outras mídias massivas teriam sobre ela.

Esse contexto começa a alterar-se com a introdução de pesquisas que deslocam as fontes de ansiedade: gradativamente, as análises ideológicas dos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação dão lugar a pesquisas que investigam as leituras que a audiência faz destes textos. Os chamados estudos de recepção têm como ponto de partida um famoso ensaio também escrito por Hall. De modo resumido, Hall (1980) propõe que, a depender do subgrupo social estudado, os conteúdos de programas televisivos, rádio, artigos de jornal etc. podem ser decodificados de acordo com o sentido proposto pelo produtor do texto (leitura referencial), de maneira a preservar parte do seu sentido original (leitura negociada) ou de maneira oposta (leitura resistente). Embora a importância do leitor/receptor já estivesse presente em trabalhos anteriores do linguista e filósofo russo Mikhail Bakhtin (2003; 2006), a incorporação da perspectiva de Bourdieu (2000) acerca da distribuição social de diferentes formas de competência cultural permitiu entender como as construções de significado dos conteúdos produzidos são influenciadas pelos discursos e códigos que habitam as distintas parcelas da audiência – ou seja, pelo seu capital cultural.

2. “*The winter of discontent*”, no original.

Com essas questões em mente, Morley publica, em 1980, o primeiro trabalho a testar a teoria da decodificação de Hall (1980). A partir da análise de grupos focais que assistiam a gravações do programa de notícias e variedades Nationwide, o pesquisador britânico buscou estabelecer relação entre a interpretação da audiência e seu contexto socioeconômico (Morley, 1980). Rapidamente, novos estudos de recepção foram conduzidos com o foco nas *soap operas*, nos *sitcoms* e em outros gêneros do popular massivo. Por influência dos estudos feministas dos anos 1970, estes trabalhos de recepção começam a dar mais atenção ao ambiente doméstico e às disputas de poder no momento de constituição de sentido dos conteúdos. A ideia de que “o pessoal é político”, fundamental ao feminismo, introduz a esfera privada nas análises de recepção.

Em 1985, Ien Ang publica um influente estudo com a audiência da *soap opera* Dallas (Ang, 1985), no qual mostra como as frustrações experimentadas na trama por Sue Ellen (esposa alcoólatra e em permanente estado de crise do empresário J. R.) resultaram em sentimento de identificação do público com a personagem. O prazer da audiência tinha origem no reconhecimento em suas vidas das sensações de aprisionamento e impotência presentes nas caracterizações trazidas nos episódios de Dallas (Ang, 1996, p. 91). Ang apropria-se da teoria psicanalítica para argumentar que a fantasia deve ser encarada como realidade em si mesma, e não como algo falso ou irreal. O fantasiar, segundo a autora, permite a obtenção de prazer ao tornar possível desejos existentes no consciente e no inconsciente do sujeito. Circunstâncias e posicionamentos aquém das restrições impostas pela estrutura social habitada pelo sujeito podem ser vividas na realidade criada pela fantasia. Para O'Connor e Klaus (2000), Brunsdon (1995) e Mattelard e Neveu (2004), os trabalhos de cunho feminista dos anos 1980 que investigam o papel do prazer na construção de sentido durante o processo de recepção ajudaram a inaugurar novas pesquisas sobre televisão, música, cultura fã e outros fenômenos culturais contemporâneos (Fiske, 1987; Jenkins, 1992).

3 O SURGIMENTO DOS ESTUDOS CULTURAIS NO BRASIL E NA AMÉRICA LATINA

Na América Latina, contudo, as análises daquela época que davam atenção à audiência feminina tiveram um foco diferente. Embora os estudos de recepção tenham tratado a mulher latina como informante privilegiado no processo de consumo familiar de programas de TV, Escosteguy (2001, p. 62) argumenta que a condição feminina não era pensada em um “sentido estrutural na articulação da sociedade”. As problematizações feitas acerca da situação na mulher no mundo ocorriam em contexto mais amplo, usualmente adotando-se a classe social como principal referência, em vez de enfatizar as significações que o feminino tem na estruturação da sociedade. O foco de preocupação na classe social, enquanto sistema de diferença,

era decorrente das circunstâncias políticas e econômicas que a região atravessava naquele período. As ditaduras militares presentes em vários países latino-americanos, sempre apoiadas pelos Estados Unidos, criaram atmosfera efervescente nas universidades, na qual reinava forte sentimento anticapitalista. As principais teorias sociais em voga tentavam analisar como se dava a influência dos sistemas econômicos e políticos vigentes na geração de repressão e desigualdade social.

A descrição de Szurmuk e Waisbord (2011) das transformações ocorridas no campo da comunicação nas décadas de 1970 e 1980 ajuda a entender essa questão. Segundo os autores, até a entrada dos ECs na América Latina – por meio dos trabalhos seminais de Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini –, os estudos de comunicação eram majoritariamente preocupados com o papel das mídias de massa nos processos de reprodução ideológica. O conceito de “aparelho ideológico de Estado”, descrito pelo pensador marxista Louis Althusser, estava por trás das principais tendências do campo nesta região.

O filósofo francês percebe toda a formação social como resultado de modo de produção dominante. Em concordância com Marx, Althusser (1985, p. 53) sugere que esta formação só é possível se ela continuamente replicar suas condições de produção, ao mesmo tempo em que produz. No capitalismo, isto significaria dizer que as elites econômicas estão permanentemente tentando criar e reforçar as estruturas que asseguram sua posição privilegiada na sociedade. Neste processo, Marx descreve o papel fundamental que o Estado adquire enquanto “máquina de repressão”. Ou seja, a polícia, os tribunais, o exército e as prisões atuam por meio da violência como “aparelho de repressão” contra aqueles que tentam rebelar-se contra o sistema dominante. Althusser, contudo, agrega ao conceito de “aparelho de repressão”, descrito por Marx, o papel de instituições privadas – como a igreja, a escola e os meios de comunicação – que funcionariam em nível *ideológico*. Elas compõem o chamado “aparelho ideológico de Estado”, responsável pela constituição dos valores da sociedade. Mesmo que as instituições formadoras destes “aparelhos ideológicos” operem de maneira diversa, às vezes até contraditória, Althusser (*op. cit.*, p. 71) afirma que eles sempre representam “a ideologia da classe dominante”.

A ênfase dada por Althusser (1985) à influência ideológica dos meios de comunicação na sociedade, assim como às teorias de dependência cultural, teve grande repercussão nos trabalhos dos campos comunicacionais brasileiro e latino-americano da década de 1970. Em comum, as pesquisas realizadas na época partiam de esquema relativamente rígido acerca da influência da indústria cultural – especialmente a estrangeira – na formação das relações sociais. Muitos destes trabalhos faziam análises semióticas de textos midiáticos, adotando perspectiva estruturalista que não oferecia muita margem ao agenciamento do sujeito.

Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo – inicialmente, publicado no Chile em 1972, por Ariel Dorfmann e Armand Mattelard – é exemplo típico. Descrito pelos autores como um “manual de descolonização”, o livro busca, por meio da análise semiótica, revelar a ideologia capitalista presente em um produto global que se apresenta como inofensivo e que é dirigido ao público infantil. Preocupados com as pressões políticas sofridas pelo governo socialista do então presidente Salvador Allende no Chile, Dorfman e Mattelard (1978) sugerem que a produção cultural da Disney – em particular, as revistas do Pato Donald – atua como sistema de suporte ideológico que alimenta a desigualdade social e o imperialismo. Segundo os autores,

as revistas infantis não escapam, portanto, à dominação que baseia todas as relações sociais verticais numa sociedade: o distanciamento reforça a emissão teleguiada (Dorfman e Mattelard, 1978, p. 23).

No entanto, a ênfase na dominação e na imposição cultural, encontrada nas análises que adotavam o marxismo como paradigma teórico, começou a diminuir no início da década de 1980 na América Latina. Martín-Barbero alega que tais mudanças são decorrentes de lutas políticas e artísticas que resultaram em:

descontinuidades culturais, deformações sociais e estruturas de sentimento, de memórias e imaginários que misturam o indígena com o rural, o rural com o urbano (...) e o popular com o massivo (Martín-Barbero, 1997, p. 28).

Escosteguy (2000, p. 6) explica que a consolidação de uma indústria cultural regional, a expansão e o surgimento de novos movimentos sociais – ligados ao feminismo, a grupos étnicos minoritários, ao meio ambiente, a grupos eclesiais de base, aos direitos humanos etc. –, assim como a maior participação de setores populares da sociedade interessados em renovação cultural, foram cruciais para a formação de versão latino-americana dos ECs. Neste contexto, as culturas indígenas, populares e massivas passam a ser pensadas em um processo de miscigenação – ou hibridização – no qual a comunicação é encarada pelo viés da mediação e a cultura vista como lugar de “reconhecimento” identitário (Martín-Barbero, 1997, p. 28).

Martín-Barbero, um dos principais articuladores dessas mudanças, salienta que o interesse despertado pela questão da cultura, especialmente da cultura popular, decorreu de releitura dos trabalhos do filósofo italiano Antonio Gramsci. Para Martín-Barbero (*op. cit.*, p. 116), esta nova perspectiva teria contribuído de maneira decisiva para o “desbloqueamento” das leituras marxistas acerca da questão da cultura e de seu imbricamento com a categoria de classe.

Tradicionalmente, o trabalho de Gramsci é associado às discussões sobre a hegemonia de classe, os partidos políticos e o papel do intelectual orgânico na sociedade. Silva e Sacramento (2010, p. 7) lembram que o filósofo considera fundamental o desenvolvimento da capacidade de organização das classes populares

por meio da política. A partir da interlocução com a sociedade civil, os dirigentes de partidos, sindicatos e conselhos fabris formariam *suportes orgânicos* institucionalizados, necessários para o desencadeamento do processo revolucionário que Gramsci vislumbrava (Portantiero, 1977, p. 86). Segundo o filósofo marxista italiano, o embrião do Estado socialista estaria presente nesta estrutura política, capaz de realinhar os desejos das classes subalternas – historicamente divididos pelo capitalismo. Em suma, o caminho para a transformação social deveria passar pela criação de hierarquia de competências e poderes liderada por intelectuais orgânicos, que substitui o Estado burguês em todas as suas atribuições administrativas e de gestão da nação. Tal perspectiva, já familiar à academia latino-americana antes da década de 1970, privilegia a revolução social no âmbito político.

Contudo, Canclini (1997) e Martín-Barbero (1997) evitam esse Gramsci interessado no marxismo enquanto projeto intelectual. Em vez disto, eles buscam as reflexões que o filósofo italiano faz acerca das tradições populares, para pensar a cultura e a identidade da América Latina. Eles rejeitam o modelo binário de estruturalismo que descreve as práticas sociais por meio de hierarquias e oposições – como local e estrangeiro, burguês e anticapitalista –, para concentrarem-se nas fronteiras, nos fluxos e nas hibridizações da cultura. Canclini (1997), por exemplo, sugere que o poder não atua verticalmente, de um polo a outro. Para o antropólogo argentino, vive-se em um mundo marcado pela interconexão complexa de referências, que desautoriza a descrição de relações sociais a partir de dominadores e dominados.

Hegemônico, subalterno: palavras pesadas que nos ajudam a nomear as divisões entre os homens, mas não a incluir os movimentos do afeto, a participação em atividades solidárias ou cúmplices, em que hegemônicos e subalternos precisam um do outro. Aqueles que trabalham na fronteira em relação constante com o turismo, com as fábricas e com a língua dos Estados Unidos veem com estranheza aqueles que o consideram absorvidos pelo império. Para os protagonistas dessas relações, as interfaces do inglês em sua fala (...) expressam as transações indispensáveis em que ocorrem os intercâmbios cotidianos (Canclini, 1997, p. 347).

Essa recusa em descrever as disputas de poder por meio de uma visão dicotômica da cultura – que caracterizava tanto as análises semióticas, informadas pela ideologia althusseriana, quanto a teoria da dependência – é influenciada por uma leitura do conceito de hegemonia gramsciano não como imposição do mais forte em relação ao mais fraco, mas, sim, como processo de reconhecimento mútuo. Ou seja, a dominação só pode existir se ocorrer de forma transitória e passar pela inclusão dos valores dos dominados. Cumplicidade e sedução devem estar presentes em processo de “dentro para fora”, em que todos são sujeitos. A hegemonia, nesta perspectiva, é prática vivida que se transforma diariamente e que não passa necessariamente pela contínua replicação das condições de dominação.

Segundo Martín-Barbero (1997) e Canclini (1987), o antropólogo italiano Alberto Cirese teria ajudado a explicitar a força da concepção de Gramsci de cultura popular como espaço articulador de conflitos. A importância do popular não estaria em suposta originalidade ou autenticidade, mas, sim, na sua capacidade de incorporar o modo de vida das classes subalternas, em processo em que estas simultaneamente reorganizam a cultura hegemônica que consomem, tornando-a parte de suas referências. Em outras palavras, “não existe legitimação social sem ressemantização a partir do código hegemônico” (Martín-Barbero, 1997, p. 244).

Canclini (1997) observa, contudo, que a transgressão à ordem tradicional efetuada pela cultura popular tem suas limitações. O autor argentino cita, como exemplo, o trabalho de DaMatta (1997), para afirmar que até mesmo em rituais populares de inversão social – como o carnaval carioca – não seria possível apagar a tradição de dominação. O jogo permanente de transgressão e reafirmação de valores, que atravessa o carnaval, ocorre em espaço físico e temporal definido, que depois é substituído pela estrutura social estabelecida. Canclini (*op. cit.*, p. 222) sintetiza este processo, quando sugere que “a ruptura da festa não liquida as hierarquias nem as desigualdades, mas sua irreverência abre uma relação mais livre, menos fatalista, com convenções herdadas”.

No campo da comunicação no Brasil, esse tipo de tensionamento foi pensado, principalmente, a partir da tradição dos estudos de recepção das telenovelas, que começou a ganhar força nos anos 1990. Considerada uma das expressões culturais de maior representação na contemporaneidade brasileira, a telenovela é descrita por Lopes (2009, p. 22) como uma espécie de “narrativa da nação”, capaz de conjugar diferentes segmentos da sociedade nacional.

O gênero passou por transformações a partir do final dos anos 1960, quando deixa de apoiar-se em produções ambientadas em contextos culturais exóticos, com tramas excessivamente “sentimentais”,³ para adotar um estilo “realista”, situado no Brasil contemporâneo. Mattelart e Mattelart (1989, p. 111) afirmam que *Beto Rockefeller*, exibida pela TV Tupi, inaugurou dramaturgia televisiva marcada pela discussão de temas polêmicos na sociedade brasileira, ligados, por exemplo, à condição da mulher, às relações inter-religiosas, aos preconceitos raciais, à corrupção, à violência urbana e à pobreza. Na medida em que o gênero dialoga com as ansiedades e os desejos da população, ele expande seu espaço simbólico nas conversas cotidianas das distintas matrizes socioculturais, geracionais e geográficas. A despeito das condições econômicas de produção e comercialização das telenovelas – responsáveis pela ênfase na representação de uma sociedade brasileira centrada na Zona Sul do Rio de

3. Como exemplo, é possível citar: *Sheik de Agadir*; *A rainha louca*; *Eu compro esta mulher*; *A sombra de Rebeca*; *Anastácia*; *A mulher sem destino*; *O santo mestiço* entre outras telenovelas.

Janeiro (Mattelart e Matellart, p. 113) –, suas tramas são capazes de engendrar repertório compartilhado de narrativas, interpretadas nas mais distintas formas, produzindo-se rico material para as pesquisas de recepção.

Segundo Lopes (2009), o aumento das ações pedagógicas – também conhecidas como *merchandising* social –⁴ nas telenovelas brasileiras acrescentou dimensão naturalista ao gênero a partir da década de 1990. Estas mudanças, contudo, não interferem no caráter melodramático que sempre marcou as novelas nacionais, desde os folhetins pioneiros de rádio da década de 1940 até suas versões contemporâneas feitas para TV. Martín-Barbero (1997, p. 316) sugere que o melodrama é estrutura de sentimento típica da cultura latino-americana. Em essência, esta estrutura reproduz, em suas inúmeras variantes, o drama do reconhecimento.

Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra injustiças, as aparências contra tudo o que se oculta e se disfarça: uma *luta por se fazer reconhecer*. Não estará aí a secreta conexão entre o melodrama e a história deste subcontinente? (Martín-Barbero, 1997, p. 317, grifo nosso).

Talvez por esse motivo, Canclini (1997) e Martín-Barbero (1997) considerem o melodrama espaço fundamental para o estudo dos hibridismos e das identidades mestiças. Nele, cabe o fatalismo, a superstição, o machismo e outras características do imaginário coletivo brasileiro – e latino-americano – que se misturam nas mais variadas estruturas sociais.

A partir da década de 1990, a análise das articulações dos diferentes discursos na sociedade brasileira, presentes em produções de gênero melodramático, começou a ganhar força no campo da comunicação. Muitos dos trabalhos brasileiros que se concentravam nestas questões partiam de leituras do conceito de mediação proposto por Martín-Barbero (*op. cit.*). Embora o pesquisador espanhol radicado na Colômbia tenha oferecido perspectiva ampla dos processos de mediação – que inclui o estudo da produção, distribuição e recepção da mídia por meio de espaços distintos –, grande parte das pesquisas nacionais focadas nas disputas simbólicas de fenômenos populares massivos teve o foco na audiência. Ou seja, os estudos de recepção foram responsáveis por boa parte das reflexões acerca das ideias de Canclini, Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez e outros pesquisadores engajados na construção de versão latino-americana dos ECs.

A análise de teses e dissertações defendidas em todos os programas de pós-graduação no Brasil na década de 1990 revela que 45 delas (ou aproximadamente 2,5% do total) adotaram a perspectiva da recepção dos meios de comunicação

4. Lopes (2009, p. 37) sugere que as ações pedagógicas já estavam presentes nas telenovelas realistas das décadas de 1970 e 1980, porém de modo implícito. A partir da década de 1990, estas ações passam a ser adotadas como estratégia deliberada dos autores, o que confere às novelas caráter naturalista.

(Jacks, 2011, p. 74). Neste conjunto, 32 teses e dissertações assumiram uma abordagem sociocultural que “abarca uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais” (Escosteguy, 2004 *apud* Jacks, 2011, p. 74). Segundo Jacks (2011), pouco mais da metade destes trabalhos partiram da matriz latino-americana dos ECs. Como exemplo, pode-se destacar a dissertação de Ronsini (1993), que investiga a recepção televisiva no cotidiano rural no distrito de Três Barras, em Santa Maria-RS, e a tese de Jacks (1999), que reflete sobre a relação da audiência com a identidade cultural gaúcha.

Embora a tarefa de descrever a trajetória dos estudos culturais no Brasil não seja simples, os eixos apontados anteriormente talvez ofereçam um bom ponto de partida. Ortiz sugere que, de maneira diferente dos Estados Unidos – onde os ECs se desenvolveram principalmente na institucionalização dos estudos literários –, ou do Reino Unido – país que, desde o início, teve sua identidade marcada pela instituição CCCS de Birmingham –, o Brasil jamais desenvolveu características que possibilitem demarcar um “dentro” e um “fora” dos estudos culturais. Para o professor da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), a penetração dos ECs fez-se pelas margens dos “departamentos hierarquizados de ciências sociais, particularmente nas escolas de comunicação” (Ortiz, 2004, p. 121). A adoção da recepção e da mediação enquanto perspectivas importantes dos estudos culturais brasileiros e latino-americanos mostra o caráter multidisciplinar que os ECs adquiriram na comunicação.

Um dos exemplos mais emblemáticos nesse aspecto é a pesquisa de recepção do programa jornalístico popular *Aqui Agora*,⁵ realizada por Vicky Mayer em meados dos anos 1990. A pesquisadora analisa de que modo o repórter Gil Gomes apropria-se da estrutura de sentimento do melodrama para criar excesso emocional capaz de comunicar uma “crise social” (Mayer, 2006). Ou seja, os dramas familiares, as traições, os crimes, o espancamento de crianças etc. – tradicionalmente associados à esfera privada – são, de acordo com os resultados da pesquisa, relacionados pelos telespectadores de *Aqui Agora* ao descaso do poder público, à falta de acesso à justiça e educação, à falta de segurança e a outras questões ligadas à esfera pública. Com base em dezenas de entrevistas realizadas na Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, Mayer (2006) mostra como a reencenação de crimes reais por meio do uso de músicas de suspense, narrações dramáticas e ângulos inusitados de câmera criam vocabulário comum que permite a identificação da audiência – em grande parte, de baixa renda – com os casos apresentados pelo programa.

Em vez de descrever o *Aqui Agora* como “televisão lixo” ou “campeão das aberrações” – conforme feito por alguns autores na época –, Mayer (2006, p. 20) relembra Freire quando sugere que o formato exibido pelo Sistema Brasileiro de

5. O *Aqui Agora* foi exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) entre 1991 e 1997.

Televisão (SBT) na década de 1990 teve a capacidade de atuar na conscientização de uma classe trabalhadora que, ao consumi-lo, pôde refletir sobre sua opressão por meio da leitura de materiais ligados às suas experiências diárias.

O tensionamento entre as condições de produção dos diferentes sentidos de cultura – sejam aqueles ligados à produção artística de livros, música, programas de TV etc., sejam aqueles encarados como os meios de vida ou os costumes “ordinários” – estava no centro dos interesses dos estudos culturais britânicos, desde seu início. Williams, por exemplo, preocupava-se tanto com as implicações políticas da organização da cultura, como com sua base material. Embora também influenciada por estas questões, as versões latino-americana e brasileira dos ECs foram moldadas, principalmente, pela articulação das diferentes matrizes identitárias de seus países, nos diversos processos de incorporação do popular no hegemônico e do hegemônico no popular. Dito de outro modo, os estudos culturais, no campo da comunicação, entraram no Brasil como uma perspectiva que olha a cultura popular massiva nos produtos midiáticos como espaço de disputa de sentido e que tenta compreender a produção e a reprodução da sociedade, em todas as suas dimensões sociais e de desigualdades.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- ANG, I. **Watching Dallas**. Londres: Methuen, 1985.
- _____. **Living room wars: rethinking media audiences for a postmodern world**. Londres: Routledge, 1996.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BOURDIEU, P. **Distinction: a social critique of the judgement of taste**. Londres: Routledge, 2000.
- BRUNSDON, C. The role of soap opera in the development of feminist television scholarship. In: ALLEN, R. C. (Ed.). **To be continued...** soap operas around the world. Londres: Routledge, 1995. p. 49-65.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.
- CEVASCO, M. E. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.
- DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DORFMAN, A.; MATTELART, A. **Para ler o Pato Donald**: comunicação de massa e colonialismo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

ESCOSTEGUY, A. C. **Um olhar sobre os estudos culturais latino-americanos**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 9., p. 1-18, 2000. (GT Mídia e Recepção).

_____. **Cartografias dos estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2001.

_____. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros da recepção nos anos 90. In: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (Orgs.). **Mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. Os estudos culturais. In: HOHFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

FISKE, J. **Television culture**. Londres: Routledge, 1987.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

HALL, S. Encoding/decoding. In: HALL, S. *et al.* (Eds.). **Culture, media, language**: working papers in cultural studies, 1972-1979. Londres: Hutchinson, 1980. p. 128-138.

_____. The rediscovery of 'ideology': return of the repressed in media studies. In: GUREVITCH, M. *et al.* (Eds.). **Culture, society, and the media**. Londres: Routledge, 2005.

HALL, S.; JEFFERSON, T. (Eds.). **Resistance through rituals**: youth subcultures in post-war Britain. Londres: UnwinHyman, 1976.

HEDBIDGE, Dick. **Subculture**: the meaning of style. [s.l.]: Meuten & Co., 1979.

HOGGART, R. **The uses of literacy**. Harmondsworth: Pelican Books, 1958.

JACKS, N. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. 1993. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 1993. Porto Alegre: Editora da Universidade UFRGS, 1999.

_____. **Análisis de recepción en America Latina**: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Ciespal, 2011.

JENKINS, H. **Textual poachers**: television fans and participatory culture. London, New York: Routledge, 1992.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **Revista matrizes**, ano 3, n. 1, ago./dez. 2009, p. 21-47.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MATTELART, M.; MATTELART, A. **O carnaval das imagens: a ficção na TV**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MATTELART, A.; NEVEU, É. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MAYER, V. A vida como ela é/pode ser/deve ser? O programa Aqui Agora e cidadania no Brasil. **Revista Intercom**, v. 29, n. 1, p. 15-37, jan./jun. 2006.

MORLEY, D. **The nationwide audience**. Londres: BFI, 1980.

_____. **Television audiences and cultural studies**. Londres: Routledge, 1992.

O'CONNOR, B.; KLAUS, E. Pleasures and meaningful discourse: an overview of research issues. **International journal of cultural studies**, v. 3, n. 3, p. 369-387, 2000.

ORTIZ, R. Estudos culturais. **Revista tempos sociais**, v.16, n. 1, p. 119-127, 2004.

PORTANTIERO, J. C. **Los usos de Gramsci**. Buenos Aires: Grijalbo, 1977.

RONSINI, V. **Cotidiano rural e recepção da televisão: o caso de três barras**. Dissertação de Mestrado. USP, 1993.

SILVA, M. R.; SACRAMENTO, I. Thompson/Williams: para uma história cultural da comunicação. **Revista interin**, n. 9, p. 1-17, 2010.

SZURMUK, M.; WAISBORD, S. The intellectual impasse of cultural studies of the media in Latin America: how to move forward. **Westminster papers in communication and culture**, v. 8, n. 1, p. 7-38, 2011.

THOMPSON, E. P. **The making of the working class**. Londres: Vintage Books, 1963.

WILLIAMS, R. Culture is ordinary. In: LEVINSON, B. A. *et al.* (Eds.). **Schooling the symbolic animal: social and cultural dimensions of education** Lanham. Maryland: Rowman & Littlefield, 2000. p. 31-35.

_____. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

WILLIS, P. **Profane culture**. Londres: Routledge, 1977.

GENEALOGIA REFLEXIVA E CONSEQUÊNCIAS CURRICULARES: TRADIÇÃO DIALÉTICA DAS TEORIAS LATINO-AMERICANAS DA COMUNICAÇÃO E SUA REPRODUÇÃO NA UNIVERSIDADE BRASILEIRA

Maria Érica de Oliveira Lima*
Sebastião Guilherme Albano**
Flávia Pessoa Serafim***

1 INTRODUÇÃO

As perspectivas acerca do fenômeno da comunicação social mediada tecnologicamente tanto excedem os confins de uma disciplina quanto transcendem os limites de um campo, mas parecem se estabilizar quando auxiliadas por uma lente panorâmica. Nestas linhas, utilizou-se as grandes angulares com as quais se enfocam os horizontes a fim de: *i*) captar e descrever uma parte dos momentos decisivos de constituição das teorias hoje qualificadas – de maneira um tanto deslocada – como teorias latino-americanas da comunicação ou escola latino-americana de comunicação; e *ii*) verificar sua reprodução nas grades curriculares da academia brasileira, em termos de autores e discursos científicos normativos. Quanto a isto, este texto circunscreve-se à região Nordeste e às universidades e faculdades mais relevantes.

No primeiro caso, as inferências do modo de observação aludiram ao caráter transnacional dos meios em seus componentes técnicos, discursivos e em seus efeitos na ordem das sociabilidades, nas superfícies sociais bastante similares em todo o mundo devido à feição das relações de poder ocasionadas pela divisão do trabalho no capitalismo avançado. Afinal, os *media* parecem ser apenas um instrumento civilizador que pretende desconhecer as especificidades culturais invocando uma imagem de neutralidade.

* Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), pesquisadora do Grupo Pragmática da Comunicação e da Mídia da UFRN e vice-presidente da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação. Endereço eletrônico: <mariaerica@cchla.ufrn.br>.

** Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN. Endereço eletrônico: <sgac@ufnet.br>.

*** Jornalista e bolsista de Iniciação Científica da UFRN e do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia. Endereço eletrônico: <flaviapserafim@gmail.com>.

As conclusões da segunda parte da pesquisa aprofundam as anteriores, tendo em vista que as sociedades que detêm os meios e os modos de produção tendem a orientar as demais em termos de parâmetros de interpretação. Por isso, apesar de os autores latino-americanos aparecerem com frequência nas ementas, nos conteúdos programáticos e nas bibliografias (Martín-Barbero e Canclini têm o dom da ubiquidade) – salvo exceções claras (Beatriz Sarlo, Carlos Monsiváis, Hermann Herlinghaus, José Joaquín Brunner, Nelly Richard) –, suas ideias são apresentadas dubiamente como uma versão ou mera aplicação local de esquemas teóricos dos funcionalistas norte-americanos, dos marxistas alemães (Frankfurt e Hans Magnus Enzensberger) ou britânicos (Birmingham), dos estruturalistas ou pós-estruturalistas franceses e da hermenêutica filosófica em sua feição de teoria da interpretação e da recepção. Tal situação ocorre com Ana Wortman, Armand Mattelart, Guillermo Orozco, Guillermo Sunkel, Régis Debray, Oscar Landi, Valerio Fuenzálida etc., intelectuais que buscavam e buscam ressemantizar e ressignificar os discursos centrais com táticas de leitura e de produção que remetem a um movimento dialeticamente reflexivo.

2 CONTEXTOS E MARCAS EPISTEMOLÓGICAS

Ocorre que, mesmo relativizando as conclusões, o subtexto deduzido da pesquisa é demasiado simples e, por conseguinte, capcioso: parece remeter ao repisado bordão de que o *corpus* teórico de investigação dos eventos da comunicação social obedece aos cânones da modernidade, em que as tradições nacionais de pensamento consolidadas em humanidades e ciências exatas agem como os sujeitos da enunciação, enquanto os latino-americanos costumam figurar como excentricidades, comentaristas ou epígonos. Contudo, é preciso sair dos espaços de interpretação cristalizados para perceber que, de fato, em face do crescente nexos da comunicação com as instâncias institucionais das sociedades complexas e de suas virtualidades como horizontes de mediação entre imaginários diversos, o debate produzido na América Latina desde as independências, atinente a questões de descentramento epistemológico, identidades fronteiriças, hibridismo, transculturalidade, subalternidade intelectual, convergência cognitiva e demais, tornou-se articulador de novas estratégias de significação histórica, erigindo tais questões a tópicos integrantes do feixe de tensões que caracterizam as discussões que tratam de dar conta da conjuntura.

Ora criticando, ora propondo e ora auxiliando a legitimação dos enunciados que conformam o *ethos* do mundo contemporâneo, essa circunstância descrita é promovida pelas tintas culturalistas e dialéticas que sempre tingiram o pensamento social e, a partir dos anos 1980, com a consolidação da crítica ao logocentrismo – pós-modernidade, pós-colonialismo etc. –, tornaram-se um ponto de partida indesejável para boa parte das discussões. Cumpre comentar que estas narrativas alternativas – pós-modernidade e pós-colonialismo – se volveram

protagonistas uma vez que urdiram também práticas de exclusão, mesmo atuando como afirmação de um pensamento que integrava a modernidade como um componente de utopia produtiva e de juiz do logocentrismo.

O fenômeno pareceu ocorrer tanto porque nas academias dos centros criavam-se discursos totalizantes que supunham mecanismos de inclusão (direitos humanos, direito à comunicação, ecologia instrumentalizada etc.) – o que sutilmente obliterava a discussão radical dos excluídos –, como porque estas universidades foram uma instância territorializada por intelectuais das margens que, em geral, acomodaram-se no local onde as práticas que eles questionavam eram produzidas, fomentando uma hegemonização dos debates e, portanto, invalidando-os como operadores de superação das contradições entre centro e periferia – talvez a grande questão inicial. Malgrado este lance de cooptação, novos esquemas de insubordinação discursiva surgem no horizonte das ciências sociais.

Em perspectiva esquemática, recorrem-se às indicações das especificidades ideológicas de cada estágio do processo de racionalização das sociedades regionais a partir da fundação do pensamento comunicacional mais específico para recordar a constância crítica, culturalista e, sobretudo, dialética do prisma latino-americano, mesmo quando a conjuntura histórica elaborava sistemas éticos que forçavam uma anulação das intervenções. Uma constatação que ratifica tais ideias é o fato de as pesquisas iniciais – de pendor estatístico, quantitativo e funcionalista, devido ao regime de instauração da indústria cultural no século XX – obedecerem, em princípio, a um modelo norte-americano, com preponderância da iniciativa privada como produtora de conteúdos, mesmo que subordinados às vicissitudes de um capitalismo de Estado – em que público e privado se confundem simbioticamente. Aí aconteceram as primeiras pesquisas de opinião pública. Já no contexto da Guerra Fria, passou-se pela fundação de instituições que promoveram uma *vernacularização* dos paradigmas do funcionalismo, do marxismo da contra-hegemonia e da chamada Escola de Frankfurt. O período é representado pela intervenção de entidades multinacionais como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e a Organização dos Estados Americanos (OEA), mas também de financiadores privados de origem norte-americana – Ford, Rockefeller – no que tange ao apoio para a constituição de centros de estudos dos fenômenos da indústria cultural, como o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), no Equador, o Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), no México, e o Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), na Venezuela. Os institutos eram encarregados de, ao mesmo tempo, dar publicidade e conferir seriedade aos meios com discurso científico. Esboça-se aí o surgimento da necessidade de se formular uma escola latino-americana de reflexão acerca da comunicação, o que, para vários autores, ocorreu então.

Em seguida, com o arrefecimento dos estudos acerca do Estado nacional e a constatação do movimento de globalização promovido em muito pela reprodução dos conteúdos culturais da mídia, deu-se a emergência de intelectuais mais ou menos independentes com um pensamento crítico renovador no México – o argentino Néstor García Canclini, Carlos Monsivais –, na Argentina – Beatriz Sarlo –, na Colômbia – Martín-Barbero – e no Chile – José Joaquín Brunner, Nelly Richard –, atuando durante a onda de ditaduras militares que percorreu o continente e provocou uma diáspora do pensamento. Muitas vezes, no exílio, estes intelectuais formularam um conjunto de ideias bastante poderoso, que evidenciou o pendor pela dialética – quase uma necessidade em face da conjuntura – e tratou de dar conta dos novos arranjos que as ciências sociais deveriam compor, agora já com os tópicos de interesse regional como uma das balizas das prioridades e dos interesses gerais.

3 AUTORES E INSTITUIÇÕES PROMOTORES DA DIVULGAÇÃO NO BRASIL

Foi na década de 1940 que os primeiros estudos denominados de Escola Latino-Americana começaram a ter sistematização e visibilidade. Foram investigações que atuaram no campo do jornalismo e da propaganda, desenvolvidas como “paradigmas convencionais da história e do direito, mas também influenciados pelos modelos emergentes das ciências do comportamento” (Melo, 1998, p. 105). Já na década de 1950, houve a ampliação para o desenvolvimento da indústria cultural, especialmente em países com instituições mais ocidentalizadas, tais como a Argentina, o Brasil e o México, suscitando a valorização da ideia de formação de um pensamento elaborado na região acerca das práticas sociais ocasionadas nos meios, com os meios e pelos meios. Os primeiros esforços sérios produzidos principalmente no seio do Ciespal cunharam um título para o conjunto de perspectivas a respeito dos fenômenos, a Escola Latino-Americana de Comunicação, que aqui, para fins de estudo, desmembrada em teorias do imperialismo cultural, da comunicação horizontal, dos estudos de mediação, dos estudos culturais e da folkcomunicação.

No Brasil, importantes ações foram realizadas para a propagação e ordenação da Escola Latino-Americana. Talvez a principal seja representada pela Cátedra Unesco/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, sob a coordenação do professor José Marques de Melo e com sede na (Universidade Metodista de São Paulo UMESP). Sua instauração, em 1996, criou a oportunidade de constituir o Acervo Marques de Melo – com cerca de 10 mil volumes, entre documentos originais, livros, material hemerográfico e outros organizados pelo acadêmico nas décadas de 1960 e 1970, anos de consolidação dos estudos da comunicação no Brasil. A partir da implementação da cátedra, uma série de outras medidas de divulgação e reflexão foram tomadas, como a publicação dos estudos e a organização de congressos.

Outras ações foram importantes, entre elas: em 1997, surge o I Ciclo de Estudos da Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom), dedicado às ideias de Luis Ramiro Beltrán, pesquisador boliviano “que combateu a aplicação das teorias norte-americanas para a América Latina após verificar que tais teorias eram inválidas para serem utilizadas nos países latino-americanos, devido às grandes e gritantes diferenças no contexto político, educacional e social desses países” (Melo, 1999, p. 2). Promovida pela Cátedra Unesco/UMESP, o Celacom, que já está na sua 15ª edição, demonstrou cálculos e estudos críticos muito relevantes. Nos últimos anos, um exemplo que marcou os trabalhos foi o encontro do XIV Colóquio, dedicado à *Comunicação para o Desenvolvimento*, cujo principal tema foi a discussão da *Televisão na América Latina: 60 anos de aculturação, mestiçagem e mundialização*. Um marco do encontro foram as discussões a respeito das contribuições de Jesus Martin-Barbero para os projetos de televisão pública na região, reafirmando que “um propósito fundamental que deveria definir a alternativa em matéria de comunicação na América Latina seria transformar o processo, a forma dominante e normal da comunicação, para que sejam as classes e grupos dominados os que tomem a palavra” (Cachi e Bazán, 2009, p. 75). Afora estas iniciativas, percebe-se, na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), um crescente interesse em relação aos fenômenos latino-americanos.

A professora da Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Bauru, também fundadora e até hoje integrante da Comissão da Cátedra Unesco, Maria Cristina Gobbi, tem sido protagonista na divulgação do pensamento comunicacional latino-americano, especialmente no que concerne à descrição da história das pesquisas no continente. Além de criar o Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-americano no CNPq, e o Grupo de Pesquisa Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina na Intercom, Gobbi recorre à história da criação da Ciespal como marco dos debates e do momento decisivo para a institucionalização da produção intelectual produzida na região.

A autora relata que o Ciespal foi criado em 9 de outubro de 1959 na cidade de Quito, Equador, e apenas a partir de então passou a se falar em Escola Latino-Americana de Comunicação. A Ciespal trabalhou em seus primeiros anos com pesquisas de jornalismo, ampliando o campo para a documentação e produção de materiais didáticos e técnicos com o objetivo de preparar comunicadores sociais. Segundo Gobbi (2010, p. 81), “*el Ciespal ha ejercido un papel muy importante en la consolidación del campo de la comunicación y ha dado un gran impulso al desarrollo comunicacional Latinoamericano*”, em especial depois da Conferência da Unesco em Paris em 1948, quando os países denominados de terceiro mundo

tiveram que conceder mais atenção à formação dos jornalistas. Sem dúvida, a ingerência dos Estados Unidos sobre a Unesco orientou as políticas da Ciespal, mas a tradição dialética e a mesma realidade local, com a Revolução Cubana de 1959 como principal referência, nortearam as novas abordagens dos autores latino-americanos. Semelhante às outras séries das humanidades, o espírito de Calibán, como apregoeou Roberto Fernández Retamar (2003), orienta o pensamento elaborado aqui.

Isso posto, este artigo trata de apontar quantitativamente a inserção das teorias latino-americanas da comunicação nos programas da disciplina teorias da comunicação, em cursos de comunicação/jornalismo de universidades públicas e/ou estaduais e universidades/faculdades privadas de maior destaque por serem mais antigas ou terem maior número de alunos matriculados.

4 METODOLOGIA

De janeiro a março de 2011, foram levantadas, nas capitais dos nove estados do Nordeste brasileiro,¹ em duas universidades e/ou faculdades de cada entidade, entre uma federal/estadual ou privada,² os planos ou programas de ensino dos cursos de comunicação social com habilitação em jornalismo. A finalidade era realizar uma pesquisa quantitativa na disciplina de teorias da comunicação para tratar de aferir a presença das teorias latino-americanas da comunicação na academia da região Nordeste e quais os principais recortes epistemológicos referendados, tanto da Escola Latina quanto das outras correntes teóricas.

A coleta de dados³ efetuou-se mediante pesquisa na internet, nos portais das universidades e das faculdades que mantinham o programa da disciplina disponível *on-line*. Recorreu-se, ainda, a ligações telefônicas às coordenações dos cursos a fim de solicitar o envio do programa por *e-mail*. Depois de coletados, os programas de aula foram separados por estado e, finalmente, analisados a partir do conteúdo programático. A partir do método dedutivo, estatístico descritivo e da observação da realidade sistemática mediante material selecionado, determinou-se a análise de conteúdo como técnica quantitativa para permitir averiguar descritivamente a sondagem dos programas de aula.

1. A saber: Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia.

2. As universidades – federais ou estaduais – ou as faculdades privadas foram estabelecidas por maior número de alunos ou a mais antiga do estado.

3. As universidades/faculdades pesquisadas foram: Maranhão – Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e Faculdade São Luís; Piauí – Universidade Federal do Piauí (UFPI) e Universidade Estadual do Piauí (Uespi); Ceará – Universidade Federal do Ceará (UFC) e Universidade de Fortaleza (Unifor); Rio Grande do Norte – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN); Paraíba – Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Universidade Estadual da Paraíba (UEPB); Pernambuco – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Faculdade Joaquim Nabuco; Alagoas – Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e Centro Universitário de Estudos Superiores de Maceió; Sergipe – Universidade Federal de Sergipe (UFSE) e Universidade Tiradentes (Unite); Bahia – Universidade Federal da Bahia (UFBA) e Universidade Estadual da Bahia (UESB).

QUADRO 1

Universidades/faculdades que mencionam a escola/teorias latino-americana(s) de comunicação em sua ementa

Universidades/faculdades	Sim	Não
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	X	
Faculdade São Luís - MA	X	
Universidade Federal do Piauí (UFPI)		X
Universidade Estadual do Piauí (Uepi)	X	
Universidade de Fortaleza (Unifor)		X
Universidade Federal do Ceará (UFC)		X
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	X	
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)	X	
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)		X
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)	X	
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)		X
Faculdade Joaquim Nabuco	X	
Universidade Federal de Alagoas (Ufal)		X
Centro Universitário CESMAC – Fundação Educacional Jayme Altavila (Fejal)	X	
Universidade Federal de Sergipe (UFSE)		X
Universidade Tiradentes (Unite) – SE		X
Universidade Federal da Bahia (UFBA)		X
Universidade Estadual da Bahia (UESB)		X

QUADRO 2

Universidades/faculdades que tratam das teorias latino-americanas – As denominações epistemológicas

Universidades/faculdades	Teorias
UFMA	Não especifica quais as teorias latino-americanas
Faculdade São Luís – MA	Mediações e estudos culturais da América Latina
Uepi	Não especifica quais as teorias latino-americanas
UFRN	Mediações e estudos culturais da América Latina
UERN	Mediações e estudos culturais da América Latina
UEPB	Comunicação horizontal
CESMAC – Fejal	Mediações e estudos culturais da América Latina
Faculdade Joaquim Nabuco	Teoria do imperialismo cultural; mediações e estudos culturais da América Latina

TABELA 1

Teorias latino-americanas em total de vezes que foram mencionadas nas ementas

Teorias/conceitos/técnicas	Total	(%)
Imperialismo cultural	1	11,11
Mediações culturais, estudos de recepção para América Latina	5	55,55
Comunicação horizontal	1	11,11
Folkcomunicação	0	0
Faculdades que não especificaram nenhuma teoria	2	22,22

TABELA 2

Escolas/teorias/conceitos presentes nas ementas e quantas vezes apareceram

Teorias/conceitos	Quantidade de vezes que aparecem	(%)
Teoria funcionalista	8	9,09
Teoria crítica	7	7,95
Mediações e estudos culturais da América Latina Estudo de recepção para América Latina (técnica)	7	7,95
Escola de Frankfurt	6	6,82
Teoria dos meios/McLuhan	5	5,69
Teoria da informação	5	5,69
Teoria hipodérmica	5	5,69
Indústria cultural (conceito)	5	5,69
Modelos de comunicação	4	4,55
Teoria culturalológica e estudos culturais (Morin)	4	4,55
Semiologia/semiótica	3	3,41
Teoria dos efeitos limitados	3	3,41
Teoria das mensagens	3	3,41
Perspectivas marxistas	2	2,28
Pós-modernidade e comunicação	2	2,28
Teoria matemático-informacional	2	2,28
Abordagem da persuasão	2	2,28
Paradigma de Lasswell	2	2,28
Comunicação horizontal	1	1,14
Teoria das influências seletivas	1	1,14
Escola norte-americana clássica	1	1,14
Duplo fluxo de comunicação	1	1,14
Interacionismo simbólico	1	1,14
Determinismo tecnológico	1	1,14
Teoria do imperialismo cultural	1	1,14
Teoria empírico-experimental	1	1,14
Representação e simulação	1	1,14
Teoria do discurso	1	1,14
Pesquisas norte-americanas	1	1,14
Estruturalismo	1	1,14
Escola latino-americana	1	1,14

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A América Latina, depois dos anos 1980, apresentou um importante processo de reformas institucionais e macroeconômicas que alavancaram a liberação dos mercados, a privatização dos ativos públicos, o equilíbrio orçamentário e a estabilização dos preços e da inflação. Ainda, o contexto latino era de rompimento com as significativas práticas políticas autoritárias, sendo o possível retorno do governo civil, das eleições, da liberdade de expressão, da legalização dos partidos políticos, enfim, uma ruptura com o passado ditatorial que, até hoje, está por ser concluída devido às limitações para o impulso democrático inerente aos aparelhos dos Estados regionais.

Pensar as teorias da comunicação e a representação da Escola Latino-Americana nos países em que esse *corpus* é produzido e aplicado é também pensar a conjuntura social e política que lastreia a formulação de uma reflexão coerente acerca do fenômeno da comunicação social no continente. Verificar a presença e o peso de correntes teóricas como a latino-americana na academia brasileira é um exercício de observação da pertinência do pensamento social. No caso em tela, verificou-se a tímida imagem que se possui do contributo regional.

É sabido que, nas universidades brasileiras, na disciplina de teorias da comunicação, as correntes funcionalistas, teoria crítica e/ou Escola de Frankfurt sempre exerceram uma papel norteador das análises. As noções e os argumentos que sustentam tópicos epistemológicos como indústria cultural, paradigma de Lasswell etc. estão muito mais presentes que os fundamentos da Escola Latino-Americana, de fato um repertório bastante amplo. As observações desta pesquisa não foram capazes de mensurar se a escassez de terminologia e remissões a estudos locais resultam do direcionamento que cada professor estabelece na disciplina ou se depende apenas da formação deste, quiçá uma imbricada rede de elementos dos dois polos, permeados pela ideologia.

Certamente, perceber que, dos conteúdos latino-americanos, o mais propagado para a reflexão em sala de aula encontra-se nos conceitos de “mediações culturais” e “estudos de recepção para América Latina”, permite, por um lado, inferir que tanto a mediação quanto a técnica de recepção são atuais e urgentes para o entendimento do comportamento da produção midiática nacional. Por outro lado, observa-se que estas abordagens em muito enquadram-se em parâmetros de mera aplicação, não gerando conhecimento. Teorias como a folkcomunicação, uma vertente bastante apropriada para dar conta de inúmeros fenômenos de empoderamento cultural e mesmo de resignificação das matrizes brasileiras em face da globalização encontram-se, muitas vezes, restritas à pós-graduação.

Portanto, este estudo, mais que um raio X de a quais teorias da comunicação os professores se remetem em sala de aula, revela que, em linhas gerais,

foi naturalizado o discurso idiossincrático e se consolidou o tema acerca do lugar em que se enuncia uma proposição como uma posição de poder (Appadurai, 1996; Bhabha, 1998; Spivak, 2010; Stam e Shohat, 1994; Martín-Barbero, 1987; Mignolo, 1996; Yúdice, 2002; Richard, 2002; Canclini, 1990). Mas, em contrapartida, esta convivência operou também uma tal incompatibilidade, que suscitou o prosseguimento das soluções dialéticas tão caras aos intelectuais da América Latina, agora envolvidos com temas endossados por disciplinas autorizadas como filosofia, sociologia, antropologia, campos que interagem plenamente no horizonte do pensamento acerca das novas epistemes, da sociedade do conhecimento, da produção de conteúdo, do consumo cultural etc., mas que se encontra pouco articulado no cotidiano do ensino acadêmico, afora as pesquisas e a extensão, com curso especializados.

Resta constatar a distância de uma parte do conhecimento acadêmico acerca da necessidade e da realidade social mais imediata. A ascensão de um ideário bastante familiar ao pensamento social na região e a dispersão de questões como o Estado nacional e sua fábrica de identidades, o aparecimento de noções como identidades culturais, novas subjetividades, sociedade do conhecimento, entre outras – em muito promovido pela emergência dos meios como organizadores da vida cidadã e humana –, resultou numa ideia de comunicação para além de razão comunicativa de Habermas. Com efeito, os estudos da comunicação erigem-se como um horizonte de conexão das tradições representativas, imaginativas e políticas que podem recriar as interações de forma o mais transversalmente possível, incluindo, talvez, proposições da utopia hoje desvalorizadas.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, A. **Modernity at large**. Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press, 1996.
- BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Tradução de Myriam Ávila *et al.* Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- CACHI, C. V.; BAZÁN, C. P. (Org.). **Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica**. Cajamarca: Upagu, 2009.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 1990.
- GOBBI, M. C. Ciespal: centro articulador del desarrollo periodístico en América Latina. Cincuenta años de contribución. In: COSTA, S. G. A.; LIMA, M. É. **O. Sociedade, teorias da mídia e audiovisual na América Latina**. Jaboticabal: FUNEP, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MELO, J. M. **Teoria da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. Paradigmas da escola latino-americana de comunicação. **Revista latina de comunicación social**, n. 19, 1999. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/73melop.htm>>.

MIGNOLO, W. La razón postcolonial. Herencias coloniales y teorías poscoloniales. **Gragoatá**. Niterói, n. 1, 2ª sem. 1996.

RETAMAR, R. F. **Todo Calibán**. San Juan: Callejón, 2003.

RICHARD, N. **Intervenções críticas**. Arte, cultura, gênero e política. Tradução de Rômulo Monte Alto. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2002.

SPIVAK, G. C. **Pode o subalterno falar?** Tradução de Sandra Regina Goulart Almeida *et al.* Belo Horizonte: UFMG, 2010.

STAM, R.; SHOHAT, E. **Unthinking eurocentrism**. Multiculturalism and the Media. Londres/Nova York: Routledge, 1994.

YÚDICE, G. **El recurso de la cultura**: usos de la cultura en la era global. Barcelona: Editorial Gedisa, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAÚJO, C. **Correntes teóricas da comunicação**. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/versoereverso/article/viewArticle/5774/5232>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

_____. **A trajetória e os paradigmas da teoria da comunicação**. Disponível em: <www.faac.unesp.br/graduacao/di/.../Comunicacao/TeoriaCasal.doc>. Acesso em: 20 mar. 2011.

CASTELLS, M. **End of millennium**. Cambridge; Oxford: Blackwell Science, 1998.

FRANCO, I. **Compilação do livro teorias e técnicas da comunicação**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/19688614/Compilacao-Livro-Teorias-e-Tecnicas-Da-Comunicacao>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

FUENZÁLIDA, V. **Televisión abierta y audiéncia en América Latina**. Buenos Aires: Norma, 2002.

GÓMEZ, G. O. (Coord.). **Recepción y mediaciones**. Casos de investigación en América Latina. Buenos Aires: Norma, 2002.

HERLINGHAUS, H. **Renarración y descentramiento**. Mapas alternativos de la imaginación en América Latina. Madri/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert, 2004.

LIMA, M. É. O. Apontamentos da economia política para a América Latina: globalização e sociedade. In: COSTA, S. G. A.; LIMA, M. É. O. **Sociedade, teorias da mídia e audiovisual na américa latina**. Jaboticabal: FUNEP, 2010.

MELO, J.; GOBBI, M. C. **Pensamento comunicacional latino-americano**. Da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico. São Paulo: Metodista, 2004.

MELO, J.; GOBBI, M. C.; KUNSCH, W. L. **Matrizes comunicacionais latino-americanas**. Marxismo e cristianismo. São Paulo: Metodista, 2002.

MORAES, D. **A batalha da mídia**: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

MORAGAS, M. **Sociología de la comunicación de masas**. Escuelas y autores. Barcelona: Gusavo Gilli, 1985.

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

SUNKEL, G. **La prensa sensacionalista y los sectores populares**. Buenos Aires: Norma, 2001.

ESTUDOS DE RECEPÇÃO: PARTE DA HISTÓRIA RECENTE*

Nilda Jacks**

Valquíria Michela John***

1 ANTECEDENTES

No Brasil, antes dos anos 1970, somente no sentido mercadológico pode-se falar em pesquisa de audiência, como reflexo das alterações na estrutura produtiva que se transforma com a crescente industrialização do país e com a consequente expansão do mercado interno (Jacks e Escosteguy, 2005). Contribuiu para esta consolidação o rádio, instrumento eficaz à época para estimular o consumo, assim como o surgimento das primeiras emissoras de televisão. É neste contexto que surgem as primeiras pesquisas de audiência, realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), criado em 1942, e pelo Instituto Ipsos Marplan, criado em 1958, assim como a criação de departamentos de pesquisa em algumas agências de publicidade, como na Thompson (1945) e na McCann¹ (1948), para atender à demanda das revistas *Seleções* e *O Cruzeiro*, respectivamente (Barros, 1990, p. 130). Portanto, a maioria das pesquisas desta fase era de caráter quantitativo, voltada para o mercado publicitário, por isto mesmo tratando o receptor pelo foco dos hábitos de consumo midiático. Esta noção tem a mesma fonte histórica da pesquisa que se desenvolveu no meio acadêmico em seus primórdios, ou seja, a herança funcionalista.

2 ANOS 1970: A GÊNESE

A pesquisa acadêmica nesta década² marca um divisor de águas, pois é quando são implantados os primeiros cursos de pós-graduação em comunicação no país, aumentando substancialmente a produção científica, mas não a que lida

*Parte dos dados apresentados neste trabalho foi publicada em Jacks e Escosteguy (2005) e Jacks, Menezes e Piedras (2008).

**Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS).

***Professora do curso de jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

1. O qual deu origem ao MARPLAN, hoje associado ao IPSOS.

2. O tratamento por décadas não é rígido, acompanha alguns acontecimentos/eventos que influenciaram o desenvolvimento da área, entre outros, o surgimento dos programas de pós-graduação (PPGs) e seu crescimento a partir da década de 1990.

com os fenômenos de audiência, o que se concretiza mais adiante. Entretanto, foram desenvolvidas algumas experiências pioneiras na área da sociologia, ciência política, psicologia, entre outras, as quais, de um modo geral, sofriam forte influência da teoria crítica, da semiologia e da teoria dos efeitos, dando ênfase à ideologia das mensagens.³

A experiência mais importante no campo da comunicação⁴ foi o programa *Leitura Crítica em Comunicação* (LCC), liderado pela União Católica Brasileira de Comunicação Social (UCBC) em conjunto com a igreja católica, destinado a professores, líderes comunitários e de movimentos populares. O projeto, iniciado em 1979, continha entre suas estratégias principais o desenvolvimento de cursos e a publicação da coleção *Para uma leitura crítica*, da Editora Paulinas, preparada por teóricos da área e composta de manuais para leitura de televisão, jornal, história em quadrinhos, publicidade etc. A repercussão desta experiência deu-se mais fora do Brasil, e no país, fora das escolas de comunicação (Jacks, 1999), pois seu cunho didático-pedagógico, desenvolvido sob inspiração da *Pedagogia do oprimido* (1972) de Paulo Freire, ganhou maior notoriedade no âmbito da educação.

3 ANOS 1980: PRIMEIROS PASSOS

Entre os trabalhos que apontaram para um novo marco da pesquisa na área, estão os de Ondina Fachel Leal (1986) e Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), os quais se constituíram em investigações que expressavam uma articulação dos sujeitos-receptores com o âmbito mais amplo da cultura. *Leitura social da novela das oito* (Leal, 1986), inserida no campo da antropologia social, é uma etnografia de audiência comparando a recepção de telenovela em diferentes classes sociais, e *Muito além do Jardim Botânico* (Silva, 1985) trabalha com a recepção de um telejornal entre trabalhadores de duas localidades, por meio de uma pesquisa-ação.

Já no final da década surgiram outros trabalhos,⁵ a maioria no campo da comunicação, que começaram a apontar para uma maior complexidade da relação entre audiência e meios que caracterizaria a transição da década de 1980 para a de 1990 (Jacks, 1999). Contudo, ainda coexistiam pesquisas de abordagem teórica que, de uma forma ou outra, ainda associam-se à problemática da ideologia e os meios da comunicação,⁶ como apontou Escosteguy (1993).

3. Algumas exceções foram identificadas pelo uso de referenciais mais abertos ao campo das práticas culturais: Miceli ([1971] 1972), Goldfeder ([1977] 1980), Bosi ([1970] 1972) e Milanese ([1977] 1978). A segunda data é a da publicação.

4. No âmbito acadêmico, foram desenvolvidas as pesquisas *A TV e o quadro de referência sociocultural: o público dos telepostos de São Luís do Maranhão* (Camargo, 1972) e *Televisão e consciência de classe* (Viá, [1973] 1977).

5. *A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba* (Trigueiro, 1987); *Rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovela* (Sousa, 1986); *Elementos para democratização da televisão no Brasil* (Tilburg, 1987); *Telenovela e doméstica: da catarse ao distanciamento* (Bem, 1988).

6. *A ideologia sexual dos gigantes* (Sarques, [1981] 1986); *O pica-pau: herói ou vilão? Representação social da criança e reprodução da ideologia dominante* (Pacheco, [1981] 1985); *O mito na sala de jantar* (Fischer, [1982] 1984); *O rádio dos pobres* (Lopes, [1983] 1988). A segunda data é a da publicação.

Nesta década, acelerou-se a produção de pesquisas com foco nas práticas de recepção, entretanto, Escosteguy (1993) constata que, em algumas, está ausente a reflexão teórica ou encontra-se demasiadamente fragmentada; em outras, há uma filiação rígida aos modelos teóricos dominantes na época; e, por fim, um grupo menor incorpora determinadas categorias dos modelos dominantes, embora de forma implícita surja uma postura que permite ampliar a discussão sobre as práticas de recepção midiática.

Nesse trabalhos há um pequeno conjunto de investigações que se aproxima do embrião do que foi denominado “a tradição latino-americana dos estudos de recepção”, o que não significa que tais pesquisas incorporem de forma mais abrangente conceitos e autores – especialmente as proposições de Martín-Barbero, que começavam a circular de modo restrito, sobretudo, no âmbito de congressos e seminários da área.

4 ANOS 1990: EMERGÊNCIA DOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

A pesquisa brasileira nesta década sofreu um avanço considerável pela incorporação do espaço cultural para pensar as práticas do receptor, ou seja, o papel das mediações na configuração da relação entre sujeito-receptor e meios de comunicação, superando, pelo menos em parte, as indicações da influência ideológica dos meios, das leituras diferenciadas de seu discurso ou da atividade do receptor, objeto central das pesquisas realizadas nas décadas anteriores (Jacks e Escosteguy, 2005).

Esses novos marcos são devedores dos trabalhos de Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco, que introduziram o conceito de mediação, embora de forma diferenciada, bem como das contribuições de Néstor García Canclini sobre consumo cultural, os quais demoraram um pouco para ganharem impulso nas pesquisas empíricas, circulando mais no âmbito conceitual. É somente a partir da segunda metade dos anos 1990 que se pode observar o reconhecimento, pela comunidade acadêmica brasileira, da contribuição da perspectiva das mediações, viabilizando, por sua vez, apenas no final desta década, o debate em torno das contribuições dos estudos culturais de um modo geral (Jacks e Escosteguy, 2005).

Entretanto, metapesquisas sobre os estudos desta década (Escosteguy, 2001; Escosteguy e Pires, 2003; Jacks, 2004) apontam para a falta de estudos mais densos em termos teórico-metodológicos, com especial atenção para o segundo aspecto. A fragilidade técnica e operacional comprometeu até aqueles trabalhos com uma construção teórica consistente.⁷ Além do mais, tudo, ou quase tudo, o que gira em torno dos receptores foi chamado de estudos de recepção, independentemente do viés teórico adotado.

7. Seguramente, há exceções, as quais se estendem a estudos defendidos ou publicados a partir de 2000, já sob o influxo das críticas produzidas no próprio campo (Lopes, 2002; Ronsini, 2004).

Sobre esses estudos de recepção,⁸ foram identificados apenas 45 – em uma análise centrada em teses e dissertações de comunicação abrangendo o período de 1990 a 1999 –, entre as 1.769 pesquisas realizadas⁹ nos onze programas de pós-graduação em comunicação então existentes no Brasil.¹⁰

A maior parte desses estudos apresenta abordagem¹¹ sociocultural, ou seja, abarca uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, em que são consideradas múltiplas relações sociais e culturais. Mais que o estudo do fenômeno de recepção em si mesmo, esses trabalhos pretendem problematizar e pesquisar, seja do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural (Escosteguy, 2004).¹²

Entre os principais aspectos desses estudos, evidencia-se a repercussão das ideias de Martín-Barbero, notadamente acerca de abordagem sociocultural, as quais tendem a uma articulação entre suas propostas e o modelo metodológico construído por Guillermo Orozco. É interessante registrar, também, que a disseminação das ideias de Martín-Barbero e sua presença na fecundação de estudos de recepção acentua-se a partir de 1994, com maior incidência em 1999, possivelmente porque sua obra maior, *De los medios a las mediaciones*, foi publicada em português em 1997. Logo, a trajetória dos estudos de recepção é muito recente entre nós.

A articulação entre a abordagem sociocultural e uma estratégia metodológica qualitativa é presente, entretanto, não são problematizadas as respostas das audiências, ou seja, não são exploradas as inconsistências e as contradições desses sujeitos-receptores, limite já apontado em outros quadrantes do campo acadêmico internacional.

A metade desses trabalhos é de recepção televisiva, cujas principais premissas tratam a TV como importante agente integrador da cultura nacional e regional, atuando decisivamente na constituição das identidades. Outros, ainda, ressaltam seu caráter de representação, reprodução, ou produção, da realidade,

8. O mapeamento e a construção desse panorama foi objeto de pesquisas que empreenderam o conhecimento do estado da arte no cenário brasileiro (Jacks, 2008, 2011; Escosteguy e Pires, 2003; Escosteguy, 2004).

9. Capparelli e Stumpf (1998; 2001).

10. Até maio de 2012, são 42 programas, entre os quais quinze possuem doutorado.

11. Entendida “como o modo de tratar o objeto, a visão do pesquisador sobre o assunto, isto é, seu ponto de vista teórico e a maneira ou método de enfocar, ou de interpretar o fenômeno” (Escosteguy, 2004, p. 135).

12. As autoras adotaram a proposição de Escosteguy (2004), que havia analisado o mesmo *corpus* para outros fins, identificando, além da abordagem “sociocultural”, a “comportamental” e “outras”. Na *comportamental*, são reunidas pesquisas que estudam os diferentes impactos derivados dos meios, isto é, o produto midiático é considerado um estímulo que provoca diversas reações nos públicos. Entre os trabalhos desta vertente, encontram-se aqueles que veem os meios como formadores de opinião, os estudos de efeitos, os usos e as gratificações e outras investigações de caráter psicológico e que reduzem o produto midiático ao juízo do público e seus hábitos. Em *outras*, foram reunidas pesquisas de orientação diversa – por exemplo, o receptor idealizado sob o ponto de vista do emissor ou a revisão e descrição de teorias da recepção.

sendo acusada, por vezes, de mascarar e negar conflitos, em uma tentativa de unificação de estilos de vida, conteúdos sociais, culturais e religiosos. O gênero mais estudado foi a telenovela, tomada por diversos ângulos, tratando desde as apropriações do som e de personagens vilãs até a recepção entre donas de casa da periferia e entre adolescentes urbanos e rurais; da relação entre sua recepção e a comunicação sindical até a identidade cultural como articuladora das apropriações dos valores veiculados. No âmbito da relação do processo de recepção com identidades culturais, os estados das regiões Sul e Nordeste são mais significativos em número de trabalhos.

Quanto ao público, a maioria trata da recepção televisiva por adolescentes, algumas vezes conjugando com o lugar que a escola ocupa em seu processo de socialização, presente também quando o público é o infantil, acrescentando a mediação família. A relação entre a criança e a TV e a interferência desta na imaginação de crianças também são exploradas. Os públicos rural e feminino foram foco de estudo quando o objeto de análise tratava de recepção de telenovela; no que se refere às mulheres, ainda foi tratada a recepção de reportagens educativas por indígenas, bem como o sentido social da leitura de romances populares seriados. Entretanto, não é problematizada a questão de gênero, revelando que as mulheres apenas são tratadas pela distinção sexual e que, em alguns casos, a mesma categoria pode até ser associada a papéis sociais – por exemplo, mãe e dona de casa. Assim, a condição feminina parece não ter sentido estrutural na configuração da audiência, ou seja, não tem um significado social concreto em sua constituição. Ao utilizar a categoria de gênero como meramente uma diferenciação biológica, os estudos de recepção adotam um discurso essencialista sobre ele. Contudo, é obrigatório reconhecer que estas mesmas investigações têm permitido conhecer o universo cultural da mulher, descrevendo o contexto no qual recebem as mensagens midiáticas e quais usos fazem destas narrativas em sua vida cotidiana, como afirma Escosteguy (2004).

Portanto, apesar do avanço em relação aos estudos até então realizados, basicamente de corte comportamental, alguns trabalhos apresentam incoerências entre procedimentos e modelos teórico-metodológicos escolhidos. Além disso, raramente são considerados trabalhos com temáticas afins desenvolvidos no próprio país, o que leva à proposição de problemas e objetos similares, com resultados que tendem a reproduzir conclusões anteriores, sem estabelecimento de comparações, que, como consequência, não traz avanços para o desenvolvimento do campo. Estão ausentes articulações com pesquisas de mercado, as quais podem apontar informações de cunho quantitativo para apoiar decisões metodológicas e para formulação de premissas empíricas. O foco na relação dos receptores com os meios, especialmente nos construídos segundo os princípios mais amplos dos estudos culturais, às vezes é tão precário que escapa da problemática do campo da comunicação.

5 ANOS 2000: CONSOLIDAÇÃO DOS ESTUDOS¹³

O marco desta última década é o crescimento dos estudos de recepção realizados no Brasil,¹⁴ pois houve um salto de 45 trabalhos, defendidos na década de 1990, para 209,¹⁵ defendidos entre 2000 e 2009.¹⁶ Entretanto, se for considerado o crescimento dos programas – de onze para quarenta –¹⁷ e o volume de teses e dissertações produzidas,¹⁸ perceber-se-á que este aumento é apenas aparente, pois se dá em números absolutos, não em termos proporcionais.

É importante destacar também que o aumento quantitativo não significa necessariamente aumento na melhoria nem da qualidade dos trabalhos, entretanto estes apontam para o surgimento de novas problemáticas, caso da internet, e para alguns avanços, mas ainda enfatizam a dificuldade conceitual, teórica e metodológica que já havia sido constatada na década anterior.

A abordagem sociocultural¹⁹ contemplou mais da metade dos trabalhos analisados, o que mantém o panorama encontrado na década de 1990 (Jacks, Menezes e Piedras, 2008), também no que diz respeito aos meios mais estudados: televisão e rádio. Chama atenção o fato de a internet ter sido contemplada em sete pesquisas apenas, somada a uma que trata também do cinema, explorando o processo de convergência.

O gênero mais utilizado para entender os processos de recepção televisiva foi a telenovela,²⁰ que continua sendo o mais estudado desde a década de 1990, isto porque o gênero jornalístico/informativo, novidade em relação à década passada, diz respeito à soma do estudo de todos os meios.²¹ Pode-se ainda perceber que, no somatório dos gêneros, o entretenimento²² superou significativamente os demais na preferência dos pesquisadores, indicando uma tendência de interesses.

13. Jacks, *et al.* (2011).

14. São tratados neste trabalho apenas os de caráter empírico, entendidos como aqueles que tomam em consideração os sujeitos envolvidos nos processos de comunicação estudados, o que inclui nesta delimitação “situações em que os próprios membros da audiência inscrevem suas “vozes” nos meios de comunicação (cartas, e-mails, telefonemas etc.), assumindo uma posição de interagente” (Jacks *et al.*, 2011, p. 84-85). Os que tratam da recepção de modo apenas teórico ou presumindo o receptor não fizeram parte do *corpus*, assim como os que consideram o sujeito, mas são de cunho mercadológico, totalizando 264.

15. Desse total, apenas 49 pesquisas foram desenvolvidas no nível de doutorado, o que destacamos como um dos limites encontrados nos trabalhos. A explicação, em parte, pode ser dada pelo número de PPGs com doutorado: apenas quinze.

16. Foram defendidas mais de 5 mil pesquisas nos quarenta PPGs em comunicação existentes à época do levantamento.

17. Atualmente, segundo a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), são 42 programas, dois deles iniciaram sua primeira turma em 2012, ambos localizados na região Nordeste do Brasil. Destes programas, apenas dez contemplam em suas linhas os estudos de recepção, adotando efetivamente o termo. Há outros oito programas, os quais propõem em suas linhas estudos que levem em conta os sujeitos, mas adotam outros termos, por exemplo, sociabilidades.

18. Para mais detalhes, consultar a página da Capes: <<http://www.capes.br>>. Acesso em: 14 jan. 2012.

19. A categorização apontou 112 trabalhos com abordagem sociocultural, 39 de abordagem sociodiscursiva e 58 ainda centrados em uma perspectiva comportamental, com destaque para os estudos da relação entre as audiências e o uso da internet.

20. Para mais detalhes, ver Jacks e Silva (2008; 2009) e Jacks, Silva e John, 2010.

21. Exclusivamente relacionado à televisão são quatorze trabalhos.

22. Considerando ficção, humorístico, musical, auditório, série, *soap opera*, telenovela e variedades.

No que se refere ao público priorizado, destaca-se o jovem, seguido pelo adulto, mas às vezes o foco recai sobre estes dois públicos em conjunto. O terceiro grupo mais estudado como audiência é o de mulheres, incluídas também nos estudos que foram denominados grupos específicos²³ e nos que trabalham com grupos étnicos.

Os autores da chamada “teoria latino-americana” ainda estão fortemente presentes, e este panorama se confirma com o destaque dado a Jesús Martín-Barbero, Néstor García-Canclini e Guillermo Orozco Gómez, sendo que ainda aparecem articulados, como já vinha ocorrendo desde a década de 1990. Chama atenção, não apenas nesta abordagem mas em todo o conjunto de trabalhos analisados, a pouca utilização e, portanto, visibilidade, dos autores brasileiros com reconhecida atuação nesta área.²⁴ Se na década de 1990 era natural que prevalecessem os autores supracitados, era de se esperar que nesta as pesquisas e reflexões dos autores brasileiros, que se formaram na esteira teórica dos autores pioneiros, fossem mais utilizados, uma vez que já há um corpo teórico-empírico desenvolvido a partir da realidade nacional.

Os trabalhos com abordagem sociodiscursiva²⁵ têm a televisão como seu objeto principal, seguida pelos meios impressos, o que é uma novidade em termos dos suportes estudados. Uma diferença significativa em relação à abordagem sociocultural – e à década anterior – aparece, entretanto, quando se verificam os gêneros analisados, pois o destaque fica para o conteúdo jornalístico, contemplado em mais da metade das pesquisas.

Mantendo a tendência da abordagem sociocultural, Jesús Martín-Barbero continua sendo o mais recorrente, quase sempre tentando uma articulação com os teóricos utilizados nos estudos de discurso, como Bakhtin e Foucault.²⁶ De corte qualitativo, a técnica mais empregada é a entrevista, haja vista que se trata de pesquisas que priorizam os discursos dos sujeitos, chamando a atenção, entretanto, para a utilização de questionário.

A produção com abordagem comportamental – mais relacionada às primeiras pesquisas que levaram em conta a audiência em busca dos “efeitos” da mídia sobre os sujeitos – ocupa o segundo lugar em número de trabalhos que constituem o *corpus*,

23. Tratando, por exemplo, de adolescentes chineses, agricultores, produtores rurais, fãs de determinado gênero ou programa, leitores de certa revista ou jornal, professores e estudantes universitários etc.

24. A mais citada é Maria Immacolata Lopes, entretanto, em poucos trabalhos, apesar de sua relevância para o campo e da vasta produção na área, particularmente nos estudos que enfocam as bases epistemológicas e metodológicas da comunicação e nas pesquisas sobre telenovela.

25. Pesquisas que analisam os discursos dos sujeitos a partir de enfoques teórico-metodológicos que se dedicam à análise dos discursos sociais, sejam estes da mídia e/ou dos receptores.

26. Os autores brasileiros são pouco citados, e nessa abordagem quem mais aparece é Maria Lúcia Santaella e Eni Orlandi, identificadas com os estudos semióticos e do discurso respectivamente.

embora represente apenas a metade dos estudos com abordagem sociocultural. Por isto, chama atenção que é justamente nesta abordagem que se concentram os trabalhos relacionados à internet, uma das carências apontadas no estudo da relação com este meio.

Diferentemente das abordagens sociocultural e sociodiscursiva, nesses trabalhos o meio mais estudado não é a televisão, ao contrário, esta aparece como um dos menos analisados, tendo destaque as pesquisas cujo objeto de análise são as revistas impressas e a internet.

Outra peculiaridade dessa abordagem é a questão dos gêneros estudados – melhor dizendo, a falta deles, visto que é uma categoria ausente em grande parte dos trabalhos, pois os meios são tomados como um todo. Quando ele é efetivamente estudado, sobressai o jornalístico/informativo tal como na abordagem sociodiscursiva, seguido pela publicidade/propaganda, gênero este praticamente invisível nas outras duas abordagens, possivelmente pela marca mercadológica que o acompanha.

Nessa abordagem, não predomina o método qualitativo, como nas anteriores, sendo mais utilizada uma combinação com o quantitativo, com a menor parte dos estudos de caráter eminentemente quantitativo, priorizando o questionário como técnica de coleta dos dados. Embora em alguma medida possam ser estabelecidas inferências sobre a recepção a partir de indicadores quantitativos, tal como fazem os estudos dos institutos de pesquisa de opinião, estes dados, em geral, não permitem um mergulho no cotidiano, no espaço das mediações sociais e culturais (Martín-Barbero, 2003), nas quais a recepção do conteúdo midiático se insere. Deste modo, o uso deste método vai propiciar um panorama do contexto, mas não a efetiva “recepção”.

O panorama em relação aos autores consultados permanece o mesmo das abordagens anteriores, dispersão de autores e destaque para Jesús Martín-Barbero, mesmo em estudos comportamentais. Também se mantém a baixa visibilidade de autores nacionais, os quais se modificam em relação às outras duas abordagens, destacando-se autores da cibercultura, uma vez que a internet é um objeto estrepante nesta área de estudos.

6 DÉCADA EM CURSO: UMA AGENDA NECESSÁRIA

Destacando que o conjunto de trabalhos relacionados às três abordagens referentes ao último decênio tem em comum o fato de continuarem a explorar o que já havia sido feito na década de 1990, sem incorporarem às suas discussões

os avanços e a significativa produção já realizada no contexto nacional, sugere-se uma agenda²⁷ de pesquisa para a que está em curso.

Entre as principais problemáticas, destaca-se a questão metodológica, com ênfase para o tratamento dos públicos, uma vez que a maioria dos trabalhos não evidencia os critérios adotados, havendo casos em que nenhum critério foi explicitado para a constituição do grupo analisado. Como exemplo, tal qual na década de 1990, a escolha de mulheres como informantes sem que se tome a questão das identidades de gênero como recorte transversal da discussão. Portanto, permanece na agenda a necessidade de que o gênero seja problematizado nos estudos de recepção, aspecto em geral inexistente nos trabalhos analisados, mesmo quando a definição do público se deu a partir deste recorte. Isto reafirma a já apontada problemática destacada por Escosteguy ao defender que “dentro das universidades brasileiras, os vínculos entre a pesquisa de comunicação e os estudos de gênero são ainda pouco explorados” (Escosteguy, 2008, p. 14).

As questões técnicas também aparecem como problemáticas, uma vez que raramente são discutidos os instrumentos de pesquisa, ou o conjunto deles, à luz do problema. Em geral, técnicas e instrumentos aparecem sem a devida compreensão teórica, e, não raro, são usadas sem a definição de critérios para sua escolha.

Com a constatação da baixa incidência de estudos sobre internet, destacada apenas na abordagem comportamental, enfatiza-se como um dos aspectos fundamentais o fato de que os estudos sobre a *web* ainda não praticam o adentramento ao cotidiano dos usuários e têm como principal característica estabelecerem-se ainda como estudos marcadamente descritivos e/ou quantitativos. Entende-se que os estudos sobre internet, que implicam pensar a convergência, realizados no início da última década, tivessem esta característica, uma vez que se tratava de uma nova problemática e de uma nova realidade sociocultural, e que, portanto, as bases teórico-metodológicas ainda estavam se constituindo. Porém, foram encontrados trabalhos com estas mesmas características no final dos anos 2000, o que aponta a não incorporação das teorias da recepção nos estudos relacionados à *web*, como também dos próprios avanços das assim chamadas teorias da cibercultura, que vêm superando o aspecto descritivo natural ao início de seu desenvolvimento.

Outro ponto importante diz respeito à temática das “identidades”. Embora a quantidade de trabalhos que abordam a correlação entre mídia e identidades seja significativa nas duas últimas décadas, sobretudo nos trabalhos da abordagem

27. A proposição de uma agenda articula-se ao resultado de um trabalho coletivo que envolveu doze países da América Latina. Cada um destes países apresentou sua trajetória, seu panorama atual, e juntos buscaram o estabelecimento de uma agenda para os estudos de recepção para os próximos anos. Do encontro realizado em Quito, resulta a publicação do livro *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro* (Jacks, Villarreal e Ferrante, 2011), o qual traz, além das agendas nacionais, uma agenda latino-americana proposta por quatro autores-referência nos estudos de recepção do continente: Guillermo Orozco Gómez, Jesús Martín-Barbero, Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Valerio Fuenzalida.

sociocultural, esta não é uma temática/problemática significativamente enfrentada até o momento nos estudos sobre o espaço virtual, o que permitiria conhecer as novas configurações em processo. A análise das representações identitárias em diferentes plataformas midiáticas se faz necessária para se compreender a complexidade das relações dos sujeitos com as mensagens e suas respectivas reelaborações na vivência cotidiana. Outro aspecto importante nesta questão é o fato de, em um país de proporções continentais como o Brasil, perceber-se a inexistência de pesquisas em âmbito nacional, e até mesmo regional, de cunho comparativo, impossibilitando problematizações e análises de fenômenos macrossociais que dizem respeito a um segmento maior da sociedade e seus processos identitários.

Por fim, a problemática que se apresenta desde os primeiros estudos de recepção realizados no país se mantém: sua própria nomenclatura. O termo recepção, para alguns autores, é considerado restritivo e incapaz de suportar a complexidade do processo, principalmente no que se refere ao processo de produção/circulação/consumo dos conteúdos da internet. Este desafio teórico-conceitual permeia as discussões ao longo de toda a trajetória dos estudos que levam em conta as audiências (Jacks e Escosteguy, 2005), mas hoje ele se torna inadiável pela urgência no enfrentamento da nova realidade sociocomunicacional.

REFERÊNCIAS

- BARROS, A. J. Uma visão da mídia em cinco décadas. *In*: BRANCO, R. C.; MARTENSEN, R. L.; REIS, F. (Coord.). **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: Quatro Editor, 1990.
- BEM, A. S. **Telenovela e doméstica**: da catarse ao distanciamento. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.
- BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. 1971. Petrópolis: Vozes, 1972.
- CAMARGO, N. **A TV e o quadro de referência sociocultural**: o público dos telepostos de São Luís do Maranhão. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1972.
- CAPPARELLI, S.; STUMPF, I. -R. C. **Teses e dissertações em comunicação no Brasil (1992-1996)**: resumos. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 1998.
- _____. **Teses e dissertações em comunicação no Brasil (1997-1999)**: resumos. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 2001.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **A pesquisa do popular na comunicação**: uma análise metodológica. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

_____. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2001.

_____. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SA, S. (Orgs.). **MídiaBR**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. (Org.). **Comunicação e gênero**: a aventura da pesquisa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ESCOSTEGUY, A. C. D.; PIRES, M. Dados para uma radiografia dos estudos brasileiros de recepção. **Revista Ícone**, Recife, v. 1, n. 6, p. 123-138, 2003.

FISCHER, R. M. B. **O mito na sala de jantar**: discurso infanto-juvenil sobre televisão. 1982. Porto Alegre: Movimento, 1984.

GOLDFEDER, M. **Por trás das ondas da rádio nacional**. 1977. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

JACKS, N. A. A pesquisa de recepção no Brasil: em busca da influência latino-americana. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil**: avaliação e perspectivas. Santos: Universidade Santa Cecília, 1999.

_____. Estudos de recepção: um cenário para pensar a pesquisa da imagem. **Ecos Revista**, Pelotas, v. 9, n. 2, p. 103-130, 2004.

JACKS, N. A.; ESCOSTEGUY, A. C. D. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

JACKS, N. A.; MENEZES, D.; PIEDRAS, E. **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JACKS, N. A.; SILVA, L. A. P. Recepção de telenovela: a pesquisa brasileira ao nascer do século XXI. **Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación**, v. 8-9, p. 252-262, 2008.

JACKS, N. A.; SILVA, L. A. P. Novas implicações nos estudos de recepção de telenovela. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 32., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Intercom, set. 2009.

JACKS, N. A.; SILVA, L. A. P.; JOHN, V. M. Estudos de recepção de telenovela: um olhar sobre a produção acadêmica brasileira na primeira década do século XXI. In: CONGRESSO DA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 10., Bogotá. **Anais...** Bogotá: Universidade Javeriana, set. 2010.

JACKS, N. *et al.* **Análisis de recepción en América Latina**: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Ciespal, 2011.

JACKS, N. *et al.* Pesquisa sobre audiências midiáticas no Brasil: primórdios, consolidação e novos desafios. In: JACKS, N. *et al.* **Análisis de recepción en América Latina**: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Ciespal, 2011.

LEAL, O. F. **Leitura social da novela das oito**. 1983. Petrópolis: Vozes, 1986.

LOPES, M. I. V. **O rádio dos pobres**: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. 1983. São Paulo: Loyola, 1988.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBEIRO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MICELI, S. **A noite da madrinha**. 1971. São Paulo: Perspectiva, 1972.

MILANESI, L. A. **O paraíso via Embratel**. 1977. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

PACHECO, E. D. **O pica-pau**: herói ou vilão? Representação social da criança e reprodução da ideologia dominante. 1981. São Paulo: Loyola, 1985.

RONSINI, V. M. **Entre a capela e a caixa de abelhas**: identidade cultural de gringos e gaúchos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

SARQUES, J. **A ideologia sexual dos gigantes**. 1981. Goiânia: UFG, 1986.

SILVA, C. E. L. **Muito além do jardim botânico**: um estudo sobre a audiência do jornal nacional da globo entre trabalhadores. 1984. São Paulo: Summus, 1985.

SOUSA, M. W. **Rosa púrpura de cada dia**: trajetória de vida e cotidiano urbano-industrial. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1986.

TILBURG, J. L. **Elementos para democratização da televisão no Brasil**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1987.

TRIGUEIRO, O. **A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, 1987.

VIA, S. C. **Televisão e consciência de classe**. 1973. Petrópolis: Vozes, 1977.

O PAPEL DO ICINFORM NA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO CAMPO ACADÊMICO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Antonio Teixeira de Barros*

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste texto é analisar o papel do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) na institucionalização do campo acadêmico da comunicação no Brasil. Trata-se da primeira instituição criada com a finalidade de desenvolver pesquisas em comunicação no Brasil. A entidade atuou com treinamento de pessoal, pesquisa e divulgação de pesquisas no âmbito universitário, com o mérito adicional de surgir fora dos Estados tradicionais em inovação profissional e educacional. Criado por Luiz Beltrão, em 1963, o instituto era formado por um grupo de professores e alunos que buscavam a valorização e a consolidação do jornalismo como profissão de nível superior e da comunicação como foco de pesquisas científicas.

Discorrer sobre esse instituto pioneiro requer a apresentação de uma visão panorâmica das ideias de seu fundador, uma vez que há esta conexão entre a instituição e o carisma de seu criador. A originalidade da contribuição de Beltrão no Brasil – tanto nas iniciativas de ação prática como no que diz respeito aos aspectos intelectuais, particularmente metodológicos – vai desaguar, entre outros exemplos bem-sucedidos, na trajetória do ICINFORM. Teoria e prática se conjugam sem conflitos e sem antagonismos, tanto no pensamento de Luiz Beltrão quanto na atuação institucional do ICINFORM.

Luiz Beltrão, ex-seminarista, graduado em direito, repórter experiente, entusiasta do ensino superior de jornalismo e das possibilidades no campo da comunicação, fez forte campanha de mobilização e foi o criador do curso de jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco, mesmo com a oposição de jornalistas. Na época, início dos anos 1960, reportagem ainda era atividade desempenhada por literatos, diletantes e, principalmente, tida como “bico” para complementação de renda de funcionários públicos. Jornalista era profissão aprendida no dia a dia e sem perspectiva de salário digno.

* Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação do Centro de Formação e Treinamento (Cefor) da Câmara dos Deputados. Coordenador do grupo de pesquisa “Comunicação Pública no Legislativo”.

Não havia cursos, livros, professores, experiência teórica. Portanto, profissão sem presente e sem futuro, exceto para visionários, como o próprio Beltrão.

Conhecedor dos debates e pesquisas sobre comunicação, Luiz Beltrão lança, quando da formatura da primeira turma de bacharéis em jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, em 13 de dezembro de 1963, a proposta de criação do ICINFORM, também no Recife. Além de ser o primeiro no gênero no Brasil, nasce com o mérito adicional de surgir fora dos estados tradicionais em inovação profissional e educacional. Ao nascer e enquanto existiu, o ICINFORM confundia-se com o próprio fundador, mas tendo inspiração original no Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (Ciespal),¹ onde Beltrão ministrou a disciplina Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo, em 1963, oportunidade em que percebeu as possibilidades de um instituto de pesquisa para consolidação do campo da comunicação em sua região.

O Ciespal foi criado em 1959 como estratégia da Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (Unesco) para qualificar jornalistas latino-americanos e incentivar a pesquisa e a formação profissional. Os cursos, realizados no Equador, duravam geralmente três meses e tinham cerca de trinta alunos de vários países. Em sua origem, influenciou no estabelecimento do campo acadêmico, na regulamentação profissional, na padronização do ensino e incentivou o enfoque funcionalista da comunicação em toda América Latina, em contraposição à formação anterior, literário-humanista. Apesar de incluir “Periodismo” no nome original, incentivou a noção de comunicador social, que viria a ser adotada no Brasil a partir da década de 1960.² Como registra Benjamin (1998), o nome – Instituto de Ciências da Informação – recebe influência direta da terminologia do Ciespal. Inicialmente, o nome cogitado era Instituto de Comunicação Coletiva do Nordeste.

A influência não ocorreu apenas no nome. O ICINFORM tinha objetivos similares aos consagrados pelo Ciespal, como investigação científica da informação coletiva em jornalismo, publicidade e relações públicas; aperfeiçoamento profissional; difusão de estudos no campo das ciências da informação; estudos voltados para a formulação de uma teoria geral sobre elas; intercâmbio com instituições congêneres (Targino, 1999). Beltrão visualiza no ICINFORM a oportunidade de se instituir no Brasil a prática da pesquisa em comunicação sob uma perspectiva teórica e empírica, com o objetivo de estudar a informação sob diferentes facetas, por meio de pesquisas descritivas e experimentais.

1. Depois Centro de Investigación y Capacitación para a América Latina.

2. Ver artigos de Castillo, Meditsch, Medina e Feliciano em Melo e Gobbi (1999).

O ICINFORM era formado por um grupo de professores e alunos liderados por Beltrão que buscavam a valorização e consolidação do jornalismo como profissão de nível superior e da comunicação como foco de pesquisas. Para Luiz Beltrão, o ensino deve ser vinculado à extensão, ao aprendizado prático e à vivência social. Neste sentido, estabeleceu parceria entre o ICINFORM e empresas privadas com o objetivo de oferecer bolsas de estudo para os melhores alunos do Curso de Jornalismo. E mais, por meio do ICINFORM, promoveu cursos, pesquisas, excursões, visitas. Motivou alunos a executar investigações com as possibilidades metodológicas da época e teorizar sobre o campo da comunicação. “Era um entusiasta da pesquisa de comunicação quando ninguém sabia o que era. (...) Conseguiu contagiar vários de seus discípulos com esse gosto” (Benjamin, 1998, p. 228). O ICINFORM era ambicioso até na organização: tinha departamentos de Ensino, Documentação, Investigação, Técnico Profissional e Relações Públicas.

O ICINFORM incentiva e propicia a participação de seus membros em cursos de especialização promovidos pelo Ciespal, sob os auspícios da Unesco ou Organização dos Estados Americanos (OEA). Acrescenta-se que Beltrão aproveita o trânsito livre no Ciespal, obtido graças ao brilhantismo com que ministrara a disciplina Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo do IV Curso Internacional de Aperfeiçoamento em Ciências da Informação em 1963. O conteúdo do curso fora reunido em publicação editada pelo Ciespal em 169 páginas, sem tradução para o português e mantendo o mesmo título da disciplina. É uma troca perfeita. Ao mesmo tempo que repassa as inovações introduzidas no ensino da técnica de elaboração de jornais, tem junto aos seguidores a chance de acompanhar as tendências do jornalismo na esfera internacional, em que se delineava o fenômeno amplo da comunicação de massa (Targino, 1999, p. 173).

Na mesma linha de atuação, o ICINFORM promove o programa Conheça bem o Brasil, destinado a universitários. Se, em termos teóricos, o alunado conhece as desigualdades entre as regiões, presentes no discurso da mídia no cotidiano brasileiro, é a hora de fazê-lo sentir e observar mais de perto estas disparidades. São níveis acentuados de contraste entre riqueza e pobreza que convivem mesmo nos centros industrialmente mais desenvolvidos. Os vários brasis, com localização geográfica determinada, distantes uns dos outros, miniaturizam-se em reproduções alarmantes nos grandes centros urbanos, por meio de um processo migratório cada vez mais intenso. No caso do Nordeste, o conglomerado de nove estados idiossincráticos dificulta a fixação de padrões ideais para a região, sob um prisma rígido e inflexível, pois não se pode pensar em desenvolvimento científico e tecnológico utilizando-se, por exemplo, diretrizes iguais para Bahia e Piauí ou Pernambuco e Sergipe (Targino, 1999).

Maria das Graças Targino ressalta que o ICINFORM também foi utilizado como estratégia de relações públicas para “firmar a imagem do curso de jornalismo como a alternativa para se ter um profissional com sólida formação ética, técnica e política, por meio de intensa campanha de opinião pública” (Targino, 1999, p. 172). A proliferação inicial de ações do ICINFORM sobrevive, entretanto, apenas enquanto Beltrão está em Pernambuco. Sua mudança, em 1966, para Brasília, reduz as iniciativas, que se limitam praticamente à revista *Comunicação & problemas*. A revista sobrevive até 1970.

2 O PAPEL DO ICINFORM NA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO CAMPO ACADÊMICO DA COMUNICAÇÃO

Ao criar o ICINFORM, Beltrão demonstra ter domínio do funcionamento do campo acadêmico. Seus ideais e seus objetivos com a fundação do instituto apontam para as ideias de estudiosos dedicados ao estudo do funcionamento do campo científico, a exemplo de Pierre Bourdieu, que afirma que aquilo que um pesquisador ou cientista faz é legitimado primeiramente pelos seus pares. É como se estes tivessem um mandato da sociedade para avaliar a produção dos demais. Mediante o teste da competência, em nível micro, ocorreria a validação pelos demais segmentos da sociedade. Segundo o sociólogo, afinal, o sucesso obtido fora do âmbito disciplinar em nada acrescenta à ciência em si, nem à competência do pesquisador. É praticamente isto que Beltrão pretende com a criação do ICINFORM, o que favoreceu, de forma decisiva, a embrionária formação do campo científico da comunicação no Brasil.

Outra questão destacada por Bourdieu refere-se à relação entre a estrutura do campo científico e o mercado dos bens científicos e simbólicos. Segundo Bourdieu, trata-se de uma estrutura em constante mutação, sujeita às relações de força em nível interno (científico) e externo (político). Das transformações na estrutura do campo depende o processo de acumulação e distribuição do capital científico, bem como sua propensão a investir e suas chances de reconversão. Por isto, é indispensável o reconhecimento público, o qual todos os integrantes do campo almejam. Contudo, a conclusão decorrente destes argumentos é que sua cotação simbólica tem de ser engendrada internamente. O reconhecimento público, a validação social, o prestígio adviriam da conquista da competência conquistada no interior do campo.

Esses pressupostos se refletem na teoria e na prática protagonizadas por Beltrão, sobretudo quando põe como objetivos do ICINFORM a implantação de cursos de pós-graduação, a realização de pesquisas, a premiação de trabalhos técnicos e acadêmicos, a instituição de bolsas de estudo e o intercâmbio e parcerias com instituições de ensino, de pesquisa e empresas comerciais. Entre as principais realizações do ICINFORM está a *Comunicações & problemas*, primeira

revista nacional de cunho técnico-científico na área de comunicação. O primeiro número data de março de 1965. Deixa de circular em 1969, após doze edições, registrando contribuições de comunicólogos como José Marques de Melo, Tereza Halliday e Humberto Sodré Pinto. Apresenta resumos em inglês, modelo gráfico inspirado na revista americana *Journalism quarterly* e busca intercâmbio com instituições de outros países. Como afirma Rosa Maria Nava (1999, p. 189), “a intenção de internacionalização do periódico contrasta com a preocupação dos primeiros números com os problemas regionais nordestinos”.

É possível destacar que, além do ineditismo, a primeira edição da revista traz texto hoje histórico, artigo do próprio Beltrão, germe de sua principal contribuição na comunicação brasileira. Com título de *O ex-voto*³ como veículo jornalístico, apresenta pela primeira vez a noção de folclore e suas práticas como “canal de comunicação coletiva”, tanto de informação como opinião, uma nascente que desaguarda na tese de doutorado e, ainda hoje, numa vasta produção acadêmica sobre *folkcomunicação*. Embora estivesse reunindo material há mais tempo, o artigo era o primeiro ato formal no estabelecimento definitivo da produção já iniciada de Luiz Beltrão – literária (envolvendo romances, contos e, mais adiante, memórias) e jornalística (pesquisas, manuais e ensaios). Agora seria a vez de abordar as teorias da comunicação. No segundo número da revista, publicou-se uma carta de entusiasmo e incentivo enviada por Luís da Câmara Cascudo (1965).

O conteúdo frequente na *Comunicações & problemas* inclui notas sobre outras faculdades, artigos traduzidos, pesquisas e discussões, o que faz com que, mesmo atuando em uma região periférica aos grandes centros brasileiros, seja fundamental no estudo da comunicação no Brasil durante a década de 1960.

O processo de fundação do ICINFORM recebeu influências diretas da experiência de Beltrão no Ciespal e, também por isto, a ideia fundadora do instituto é, certamente, o espírito de latinidade e de brasilidade, resultado da reflexão de Beltrão sobre estas questões e de suas incursões pelos países latino-americanos, além de sua própria vivência como brasileiro. Outras ideias fundadoras que fazem parte desta mesma ordem de ideias são o nacionalismo, o estudo e a compreensão das raízes histórico-culturais, bem como a junção entre teoria e prática. Estas podem ser consideradas as ideias-chave da fundação do ICINFORM. Com o passar do tempo, outras ideias ganham corpo, como se verá oportunamente.

3. “Ex-voto” pode ser caracterizado como as manifestações populares concretizadas por meio de imagens, utensílios, mechas de cabelo, velas ou inscrições oferecidos como cumprimento de promessas ou em pedidos, geralmente em capelas e igrejas.

3 O ICINFORM E A PESQUISA EMPÍRICA: O LEGADO DE BELTRÃO

Compreender a obra de Luiz Beltrão, na qual o ICINFORM é um dos principais produtos, implica compreender sua concepção de ciência, cultura e de desenvolvimento. A ideia de ciência de Luiz Beltrão rompe com a noção de algo que paira acima da sociedade, e entende que esta é parte da sociedade e da vida. O conhecimento científico completa seu ciclo se for revertido para a sociedade que o produz. Sua concepção de cultura, de forma sucinta, aponta para referenciais históricos, mas contextualizados. Para ele, cultura é produzida em um meio determinado, a partir da participação ativa dos integrantes de um grupo social específico. É esta cultura que confere coesão social a tal grupo, permitindo o compartilhamento de suas crenças, de sua “leitura do mundo”.

A concepção de desenvolvimento é semelhante à de Paulo Freire, ou seja, o desenvolvimento tem que ser alavancado pelas forças endógenas e de forma orgânica, em determinada comunidade, município, estado ou região, e não “trazido” pelas tecnologias importadas. Como pesquisador que sempre entendeu a comunicação como instrumento de viabilização do desenvolvimento, percebia na folkcomunicação um enorme potencial estratégico para o diálogo, a comunicação, entre “as elites intelectuais e dirigentes e a massa rural e urbana marginalizada, que utilizam veículos e falam linguagens diferentes” (Beltrão, 1967, p. 4). Para ele, “por si só, a parcela marginalizada da população brasileira não tem condições de emergir do submundo em que vegeta. (...) A participação reclama comunicação” (Beltrão, 1976, p. 42).

A noção de folkcomunicação ajudaria Beltrão na tarefa que assumiu, de mostrar que os comunicadores não estavam preparados para falar com o povo e que as campanhas governamentais, por serem de difícil acesso e compreensão, eram ineficientes para promover o desenvolvimento.

Luiz Beltrão dedicou sua vida ao estudo científico da comunicação. Pesquisador por vocação, faz parte de uma geração de brasileiros célebres com nítida opção preferencial pelo Brasil e pela brasilidade. Tornou-se intérprete do Brasil, a partir da leitura da comunicação do povo, que denominou *folkcomunicação*. Assemelha-se, neste ponto, a Gilberto Freyre, sobretudo sob ponto de vista do método adotado. Tal como Freyre, Beltrão mostra interesse no estudo do *ethos* cultural brasileiro, que, tendo aspectos universais, é ao mesmo tempo, único, só se deixando captar pela intuição, exigindo a “penetração artística”, com o objetivo de apreender o implícito nas culturas. Com isso, Beltrão inaugura um modo de fazer pesquisa em comunicação no Brasil, ao estudar as relações interpessoais, as festas religiosas, o cotidiano – diferentemente da visão macro, dominante na comunicação no Brasil da época, apegada à *communication research*.

O desenho de pesquisa arquitetado por Beltrão empenha-se em encontrar uma forma de tornar comunicável o não dito da vida coletiva – as permutas,

as relações existenciais entre os grupos, as classes, as etnias, as famílias, os indivíduos. Para isto, emprega métodos analíticos de minúcias para examinar ex-votos, devoções não canônicas, rituais fúnebres, cantos religiosos, folhetos e santinhos. Empregou, portanto, fontes não oficiais, documentos até então desprezados por comunicólogos, além de contar com informantes como caixeiros viajantes, caminhoneiros, benzedeiros e rezadeiras. Utilizou a perspectiva que pode ser denominada de *pequenos estudos*, cujo critério básico é o regional, o ecológico, o histórico, incorporando uma tentativa de fixação e às vezes de interpretação e até de avaliação extracientífica de características brasileiras de cultura e de comunicação.

Beltrão desenvolve uma metodologia que pode ser considerada como do particular e do transitório. Tais aspectos assumem um papel de primeira grandeza nas análises. O particular torna-se força social capaz de plasmar sentidos culturais vigorosos e duradouros e de ordenar relações sociais nos mais diversos níveis. O transitório, por sua vez, conquista *status* de histórico, de elemento fundador de uma ordem social marcada por um contexto específico, mas que se prolonga por outros tempos e outros espaços. Com isto, Luiz Beltrão funda um jeito novo de se fazer pesquisa em comunicação, ao utilizar métodos de pesquisa empírica – coleta de dados, depoimentos e documentos, a fim de compreender a experiência vivida, tanto no presente como no passado colonial brasileiro, a partir de processos sociais concretos.

Beltrão debruça-se sobre as teorias sobre comunicação da época, seu próprio conceito de jornalismo, a comunicação no Brasil desde antes de Cabral, as tradições populares, os ritos, os processos de relacionamento nas comunidades, o fazer, o interpretar o mundo, o anunciar, as formas cênicas, a expressão da vivência e da informação, a estética como comunicação, as artes visuais, os espetáculos, as manifestações pictóricas etc. Analisa o folclore, a vida comunitária e a comunicação no Brasil, e formula uma teoria tão simples quanto surpreendente. Partia do pressuposto de que os veículos de comunicação convencionais não apenas não influenciam muitas comunidades como sequer as alcançam. Assim, estes grupos têm suas próprias formas de comunicação em processos e produtos culturais percebidos de fora apenas como manifestações tradicionais, conservadas por gerações, muitas vezes com algumas modificações. Beltrão identifica, então, nos meios informais – símbolos, ritos, manifestações populares, linguagem e imagens –, mecanismos tão rotineiros para obtenção de informação e transmissão de opinião como o de um cidadão de uma capital ao ler seu jornal favorito. Assim, o cordel e o artesanato, por exemplo, deixam de ser apenas produtos artísticos para se transformarem em veículos de comunicação, de transmissão de informações intragrupal e interpessoal. Seu conceito de folkcomunicação torna-se seminal em toda literatura nacional sobre temas relacionados à comunicação popular: “é o processo de intercâmbio de informação e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (Beltrão, 1967, p. 25).

A noção deste tipo de comunicação leva, ainda, à descoberta, no cantador popular, no artista, não apenas de um produtor cultural, mas de um informante referencial, que se caracteriza, inclusive, como realizador da ação jornalística.⁴ Vê, na presença de personagens como o poeta popular, o motorista de caminhão e o ceramista, e em almanaques, aspectos relacionados à comunicação, limitada pelo contexto da região ou por sua caminhada, mas, ainda assim, comunicação informativa ou opinativa. O artesão, por exemplo, seria uma espécie de folkjornalista, ao selecionar informações do ambiente em que vive e retransmitir aquilo que faz sentido para seu público, mantendo uma unidade no grupo. Mestre Vitalino, ao modelar um bêbado apanhando de porrete da polícia, estaria relatando um fato e fazendo uma denúncia. São informações típicas da comunidade, ainda não contaminados pela influência da mídia. As manifestações tipo “malhação de Judas”, por exemplo, ainda tradicionais e não standardizadas, trariam manifestações críticas dos envolvidos. Melo (1974, p. 2) diz que

de um certo sentido, Luiz Beltrão antecipava observações empíricas que embasariam a teoria das mediações culturais (...), reconhecia nos agentes de folkcomunicação, nas sociedades rurais ou periféricas, um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que Martín Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas.

Um dos grandes méritos de sua abordagem metodológica foi ter mudado a maneira de se interpretar a comunicação popular. Em vez de analisá-la a partir da confrontação dos meios convencionais ou do referencial do observador, é percebida como manifestação própria dentro de determinado grupo cultural. “As nossas elites, inclusive a intelectual, têm o *folk-way* das classes trabalhadoras da cidade e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (Beltrão, 1976, p. 42).

4 A CONCEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO: A FORÇA DA ORALIDADE E DA COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

A teoria de Beltrão constitui nítido exemplo de apropriação criativa de teorias estrangeiras e aplicação contextualizada e adaptada (“situada”). Beltrão consegue reunir o que havia de pensamento crítico até mesmo na vertente administrativa e positivista americana, a partir da abordagem dos “efeitos limitados”, talvez a mais consistente das “teorias integradas”. É neste estágio de tentativa endógena de superação (no sentido de aperfeiçoamento) da teoria hipodérmica (TH) que os

4. Beltrão tinha uma visão bastante ampla do termo *jornalismo*. Partindo das mídias tradicionais (revista, rádio, televisão e cinema), considerava manifestações de jornalismo modernas as relações públicas e a propaganda, a canção popular, o turismo, o folclore e os livros de atualidade (Beltrão, 1967). Com esta visão, caracteriza algumas das manifestações como folkjornalísticas porque “servem à informação de fatos correntes, devidamente interpretados e periodicamente transmitidos à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (Beltrão, 1967, p. 168).

teóricos integrados conseguem maior fôlego crítico. Assim, Beltrão ressalta que os efeitos das mensagens dos *mass media* não são automáticos e mecânicos conforme os pressupostos iniciais da TH, mas tornam-se condicionados/limitados por fatores contextuais, sobretudo aqueles vinculados à estrutura da organização social em meios comunitários específicos. É a partir desta constatação que surgem os estudos sobre a força dos líderes de opinião e da comunicação interpessoal, em detrimento da informação transmitida, particularmente, pelo rádio.

O fluxo de comunicação em dois níveis leva em conta essa cadeia de comunicação que se processa a partir dos *mass media* (no caso, o rádio), mas não passa pelo modelo convencional proposto por Lasswell: emissor → mensagem → receptor. Segundo este modelo, o grupo de receptores estabelece uma rede de comunicação interpessoal entre si, a partir da audição da mensagem radiofônica, na qual os líderes de opinião exercem papel de catalisadores do debate coletivo. Assim, o rádio teria função secundária, uma vez que prevaleceriam as opiniões resultantes do contato interpessoal. Os *mass media*, nesta concepção, exerceriam apenas relativo poder em determinados contextos comunitários, fora dos grandes centros urbanos, nos quais os laços sociais apresentassem maior grau de coesão, resultando em menor exposição dos indivíduos aos meios.

Em síntese, todas as ideias de Beltrão, formam um todo harmonioso, como resume Targino (1999, p. 179):

universidade-educação-desenvolvimento-homem são as coordenadas em que estão situados o educador e o educando da sociedade hodierna. A universidade visa à educação. A educação leva ao desenvolvimento. Mas é preciso antes de tudo investir no indivíduo. É a educação a serviço da humanidade. É o desenvolvimento a serviço do *homem*. É o *homem*, como sujeito, meio e fim da história. Para tanto, é imprescindível que a universidade não dissocie sua função técnico-profissional daquela de racionalidade crítico-criadora. Independentemente da complexa e contraditória realidade histórica e social na qual está inserida, como academia do saber, deve não apenas transmitir e aplicar os conhecimentos estabelecidos, mas, sobretudo, criar e difundir novas formas de saber voltadas para o bem-estar da sociedade. Em suma, é a universidade, como consciência social crítica, desmistificando crenças e ideologias, denunciando configurações sociais e políticas injustas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: O ICINFORM E O CARISMA DE SEU FUNDADOR

Beltrão pode ser considerado um *homem situado*, no sentido utilizado por Gilberto Freyre, ou seja, o homem concreto: situado nos trópicos, portador da morenidade e da mestiçagem brasileira, com todas as implicações culturais e sociais. A perspectiva do *homem situado* sugere um entregar-se a si mesmo para compreender o mundo à volta; pensar o local, para compreendê-lo e transformá-lo. Para compreender o *homem situado* numa história, com seu corpo, expressões, ações,

num espaço-tempo não meramente físico, mas psicossocial, inserido em um universo simbólico próprio que, no caso do Brasil – e do Nordeste em especial –, Beltrão associa à folkcomunicação. Assim como Gilberto Freyre, Luiz Beltrão também se tornou um pensador situado, de ideias concretas. Alguém cuja trajetória intelectual reflete as preocupações com o seu país, com o seu contexto sociocultural, com suas raízes históricas e culturais.

O fato de ser um intelectual situado o fez um típico líder de opinião no contexto de sua atuação acadêmica e profissional, tornando-o equivalente ao que Gramsci denominou de intelectual orgânico, comprometido com as classes populares, ao contrário do intelectual tradicional, comprometido com os interesses das classes dominantes. Luiz Beltrão pautou sua carreira acadêmica e profissional em comunicação na tentativa de contribuir para a construção de argumentos que legitimem a intervenção reflexiva, como intelectual orgânico, no enfrentamento do real, por meio de uma práxis transformadora, a exemplo de Paulo Freire, na área de educação.

Além disso, trata-se de um caso típico de personalidade carismática, ou seja, alguém que é portador de atributos singulares, que o tornam menos comum do que os comuns e pode ser considerado como “atributo de um indivíduo excepcional dotado de grande autoridade moral”, conforme definição de Thomas Mann. Para Max Weber ([1920]1999) o conceito de carisma aponta para a expressão máxima de um consórcio de virtudes inerentes à condição humana, a saber, “o dom da graça”. O líder carismático é um personagem concreto, heroico, retórico, emocional.

Geralmente, o carisma é associado a alguém que carrega dentro de si o “chamado”, a “vocação” para ser condutor de homens, os quais não lhe prestam obediência porque assim mandam o costume ou uma norma legal, mas porque acreditam nele. O carisma é baseado em critérios emocionais. Seu fundamento está na confiança no carisma de alguém, no valor pessoal de um homem que se distingue por suas qualidades pessoais, seu heroísmo ou exemplo de vida. Pressupõe a existência da predestinação para o cumprimento de uma missão especial – ele próprio “vive para a sua obra”. Nas relações sociais que seguem a lógica carismática, a legitimação vem do *carisma*, isto é, da crença em qualidades excepcionais de alguém para dirigir um grupo social. Trata-se de uma consagração quase religiosa. Luiz Beltrão foi praticamente um sacerdote da causa da comunicação, especialmente da folkcomunicação. Foi seu carisma que arrebanhou dezenas de continuadores de sua obra como Tereza Halliday, Roberto Benjamin e José Marques de Melo, por exemplo.

Apesar de carismático, Luiz Beltrão reúne qualidades racionais excepcionais. Ele consegue reunir elementos da ética de responsabilidade e da ética de convicção, produzindo uma “ética de resultados”. A ética da responsabilidade é considerada objetiva, crítica e realista, aceitando, de antemão, as condições de inevitabilidade

do conflito, da emergência de uma dialética marcada por “imperativos contraditórios” e possibilidades de perdas e ganhos e, até mesmo, a utilização do poder e da força como meios para atingir seus fins. Em outras palavras, a ética da responsabilidade tem como base valores de uma ordem mais geral, objetiva e institucionalizada, em que predominam valores considerados “neutros” ou pelo menos exógenos, ou seja, externos à conduta de quem a adota. Trata-se, em outras palavras, de uma ética que possui autonomia em relação ao sujeito ou instituição que a emprega. Ela apresenta mais resistência aos julgamentos de valor. Prefere o julgamento de realidade, a constatação dos fatos, o “conhecer” e não o “julgar”. Ela estaria, portanto, acima das visões morais ou moralistas, do senso comum, dos tabus, de crenças, superstições e preconceitos. Sua essência são os fatos e não os valores ou a valoração atribuída aos fatos. Tal característica é visível quando Beltrão tenta institucionalizar a pesquisa em comunicação com a criação do ICINFORM, e quando funda a revista *Comunicação & problemas*, com o intuito de documentar e divulgar a produção científica brasileira na área de comunicação.

A ética da convicção é balizada em valores mais específicos e subjetivos, variando em função das crenças pessoais ou grupais, faccionais, em que predominam valores endógenos e orgânicos e, portanto “engajados”. Ela pode ser “contaminada” pelos desejos, paixões e emoções que mobilizam pessoas, grupos, instituições, movimentos religiosos, filosóficos, sociais e partidos políticos em determinados momentos, em função de causas pessoais ou coletivas determinadas. Ela pode apresentar ainda certa visão utópica da realidade, que Weber denomina de racionalização utópica. Beltrão segue a ética da convicção quando decide percorrer uma trajetória própria, a qual ele abraçou como missão, ao optar, por convicção, pelo estudo das formas não hegemônicas de comunicação, repudiando a tendência dominante da época, que seguia a *communication research* ou a pesquisa crítica europeia, ambas empregadas de forma descontextualizada e extemporânea no Brasil.

Gaudêncio Torquato (*apud* Targino, 1999) sintetiza a relevância de Beltrão nos estudos comunicacionais brasileiros: *i*) estímulo à produção de uma bibliografia nacional, fundamentada na nossa realidade; *ii*) constituição de um acervo de conhecimentos teóricos, responsável pela sustentação das estruturas curriculares do jornalismo e, portanto, pelo fortalecimento dos cursos, os quais se expandem com rapidez, a partir dos anos 1960; *iii*) combate à dicotomia teoria *versus* prática – não estão elas dissociadas, mas imbricadas, dentro da assertiva popular de que não existe nada mais prático do que uma sólida teoria; *iv*) formação de um contingente de pensadores, incorporando professores, repórteres, pesquisadores, entre os quais constam nomes atuais, como o alagoano José Marques de Melo, o próprio Gaudêncio Torquato e os pernambucanos Roberto Benjamin e Tereza Lúcia Halliday; e *v*) introdução do jornal laboratório nos cursos universitários, inseridos no contexto socioeconômico e político das regiões.

A contribuição de Luiz Beltrão aqui ressaltada diz respeito não apenas à curiosidade intelectual acompanhada de ações práticas que levam ao pioneirismo em áreas diversas. Trata, também, da lógica do carisma e da ética de responsabilidade que norteiam a trajetória intelectual de Luiz Beltrão e do próprio ICINFORM. Tais elementos contribuíram sobremaneira para fazer com que os seus efeitos influenciassem positivamente a institucionalização do campo acadêmico da comunicação no Brasil.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. O ex-voto como veículo jornalístico. **Comunicações & Problemas**, Recife, v. 1, n. 1, mar. 1965.

_____. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. São Paulo: Melhoramentos, 1967.

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

BENJAMIN, R. **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: AIP/UNICAP, 1998.

BOURDIEU, P. O campo científico. *In*: ORTIZ, R. (Org.) **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.

CASCUDO, C. L. Carta a Luiz Beltrão sobre o ex-voto. **Comunicações & Problemas**, Recife, v. 1, n. 2, p. 133-135, jul. 1965.

DUARTE, J. Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da comunicação. *In*: MELO, J. M.; DUARTE, J. (Orgs.) **Memória das ciências da comunicação no Brasil**: os grupos do Centro-Oeste. Brasília: UniCEUB, 2001. p. 127-155.

MELO, J. M. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.

MELO, J. M.; GOBBI, M. C. (Orgs.). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**: o protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, ICINFORM, Ininco. São Bernardo do Campo: Umesp, Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1999. (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação, 3).

NAVA, R. M. F. D. Comunicações & problemas: o primeiro periódico de estudos e pesquisas da comunicação do Brasil. *In*: MELO, J. M.; GOBBI, M. C. (Orgs.). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**: o protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, ICINFORM, Ininco. São Bernardo do Campo: Umesp, Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1999. (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação, 3).

TARGINO, M. G. A contribuição do ICINFORM na gênese do pensamento comunicacional brasileiro. *In*: MELO, J. M.; GOBBI, M. C. (Orgs.). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**: o protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, ICINFORM, Ininco. São Bernardo do Campo: Umesp, Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1999. (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação, 3).

WEBER, M. **Economia e sociedade**. Brasília: Editora UnB, 1999.

O ENSINO E A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NA BAHIA

Sérgio Mattos*

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é apresentar, a partir de uma perspectiva histórica, a evolução do ensino da comunicação/jornalismo na Bahia, resgatando sua história, as dificuldades de implantação, seu crescimento e as principais conquistas e contribuições dadas ao setor. O curso de jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA) foi, durante mais de cinquenta anos, o único curso a funcionar na Bahia, até que, a partir do ano 2000, começaram a surgir novos cursos de comunicação implantados pela iniciativa privada e pelo governo do estado.

Pretende-se ainda descrever as principais características dos dois programas de mestrado e doutorado mantidos na Faculdade de Comunicação da UFBA – o Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas e o Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade – e como eles foram estrategicamente importantes para o desenvolvimento da pós-graduação em comunicação no Nordeste. Além de apresentar o pioneirismo do curso de jornalismo da UFBA e dos programas de pós-graduação em comunicação e a influência que passaram a exercer em termos regionais.

2 ENSINO PIONEIRO NO NORDESTE

O ensino de jornalismo em nível universitário foi iniciado no Brasil em 1948, embora o Decreto nº 5.480, que o instituiu, date de maio de 1943. Tal decreto, sancionado por Getúlio Vargas, instituía o curso na Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro. A demora entre a sanção presidencial e o início de funcionamento resultou da oposição à formação de jornalistas em nível universitário, tanto por empresários da área como por profissionais das mais diversas formações que atuavam no mercado. Os primeiros tinham a valorização do profissional de nível superior, a quem teriam de pagar melhores salários. Os segundos recebavam a concorrência.

* Professor adjunto da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

As diretrizes pedagógicas destinadas ao ensino de jornalismo, em termos oficiais, só foram fixadas em 1946, pelo então ministro da Educação Ernesto de Souza Campos, por meio do estabelecimento de uma estrutura curricular, definindo ainda outras providências de ordem didática. O curso iniciado apresentava visível predominância das matérias culturais em detrimento das matérias técnicas. Data também do mesmo ano, em São Paulo, o curso de jornalismo da Cásper Líbero, também vinculado à Faculdade de Filosofia, valorizando, entretanto, a abordagem técnico-profissional.

Contrariando informações do mestre do jornalismo brasileiro, Luiz Beltrão, de vários pesquisadores e publicações existentes até o momento, o ensino de jornalismo no Nordeste não foi iniciado em 1959; tampouco os primeiros jornalistas profissionais nordestinos a portarem título universitário colaram grau em 1961. Isto porque, historicamente documentado, a Faculdade de Filosofia da Universidade Federal da Bahia aprovou o seu regimento interno em sessão do conselho universitário de 28 de abril de 1949, e nele foi inserido um curso de jornalismo, instalado em 1950, com grande afluência de candidatos. O ministro da Educação, na época, era o baiano Clemente Mariani, que facilitou a instalação do curso durante o reitorado de Edgard Santos (Mattos, 2009; UFBA, 1982).

Os primeiros bacharéis em jornalismo pela UFBA colaram grau em 1952, quando 64 dos quase 120 ingressos concluíram o curso. Entre estes se destacam alguns profissionais que até recentemente ainda estavam atuando na imprensa baiana, a exemplo de Germano Machado, Genésio Ramos, Junot Silveira, José Olímpio da Rocha e outros. O corpo docente deste curso fora constituído por profissionais que militavam nos jornais *A tarde* e *Diário de notícias*.

Entre 1953 e 1961, o curso de jornalismo da UFBA ficou sem funcionar, voltando a ser oferecido em 1962, como um curso agregado à Faculdade de Filosofia, até o ano de 1968, quando, na reforma universitária, juntamente com o curso de biblioteconomia, passou a constituir a Escola de Comunicação e Biblioteconomia (EBC), e assim funcionou até 1987, quando os cursos foram desmembrados. No intervalo entre 1952 e 1964, surgiu, em Salvador, o Instituto de Jornalismo da Bahia – fundado por Germano Machado, Hermano Gouveia Neto e Antônio Virgílio Sobrinho –, que ofereceu várias edições do curso de capacitação jornalística, de curta duração, tendo como professores exatamente os egressos da primeira turma formada pela UFBA (Mattos, 2009).

Segundo depoimento do professor Luiz Beltrão, o ano de 1959 foi marcante na história do ensino de jornalismo no Nordeste porque teria sido neste ano que as irmãs da Congregação de Nossa Senhora de Lourdes, mantenedora da Faculdade de Filosofia das Lourdinhas, em João Pessoa, conseguiram autorização para o funcionamento do curso de jornalismo na capital paraibana. Os primeiros jornalistas deste curso receberam seus diplomas de bacharel em 1961 (Beltrão, 1986), ou seja,

nove anos depois dos primeiros diplomados pela UFBA. Naquele mesmo ano foi instalado o curso de jornalismo da Faculdade de Filosofia da Universidade Católica de Pernambuco, sob a direção de Luiz Beltrão.

O curso de jornalismo da UFBA voltou a ser oferecido de forma regular a partir de 1962, tendo se desmembrado primeiramente da Faculdade de Filosofia, em 1968, e depois da Escola de Biblioteconomia, em 1987, quando passou a ser um curso da Faculdade de Comunicação. Durante este período, o curso evoluiu de acordo com o contexto histórico do país e a tendência geral dos cursos de jornalismo (Mattos, 2009). Destaque-se que até 1967 o curso de jornalismo tinha duração de três anos. A partir de 1968, passou a ter duração de quatro anos.

Quem melhor configurou o ensino do jornalismo nas universidades, classificando-o de acordo com o contexto histórico, foi o professor José Marques de Melo. Segundo ele, o ensino apresenta, ao longo de sua existência, quatro tendências de valorização curricular distintos: ético-social, técnico-editorial, político-ideológica e crítico-profissional.

Assim é que os primeiros cursos universitários de jornalismo, oferecidos no final da década de 1940 – Cásper Líbero, em São Paulo, e Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro – apresentavam uma acentuada tendência para questões de natureza deontológica, enfatizando aspectos éticos, jurídicos e filosóficos compreensíveis no contexto político e social do país em 1945.

As correntes deontológica e jurídico-social continuaram influenciando a estrutura curricular dos cursos de jornalismo até 1964. A partir deste ano, já sob a influência da ditadura militar, inicia-se o segundo momento: o técnico-editorial, que passa a dar predominância à corrente que valoriza a técnica jornalística, buscando a melhoria dos padrões técnico-editoriais (Melo, 1984).

A evolução da história política do país levou ao processo de abertura que reacendeu a esperança de práticas democráticas, fortificado pelas eleições parlamentares de 1974. Neste período, sob a ótica de José Marques de Melo, houve uma tendência de resgate da trama político-ideológica que orienta e determina o processo de captação, codificação e difusão de notícias (Melo, 1985).

A crise que se instalou, a seguir, nos cursos de comunicação tinha duas causas: discussão da qualidade do ensino dos cursos de comunicação e a contestação, pelos principais jornais do país, da regulamentação da profissão de jornalista com exigência do diploma específico.

A busca de solução para esta crise gerou a realização de debates que visavam identificar as alternativas que resultassem na melhoria dos cursos. Deste contexto surgiu o quarto momento, classificado por Marques de Melo como sendo o de tendência crítico-profissional.

A melhoria dos cursos de comunicação, no que tange à habilitação de jornalismo, busca, então, soluções por meio da ênfase na prática laboratorial. A Resolução nº 03/1978 do Conselho Federal de Educação (CFE) fixou o currículo mínimo e, em seu anexo II, estabeleceu ainda a obrigatoriedade de laboratórios para atender aos requisitos das disciplinas das habilitações. No caso do curso de jornalismo, a resolução determinava que as instituições que oferecessem o curso deveriam possuir os seguintes equipamentos, condição *sine qua non* para o seu funcionamento: redação-modelo, oficina gráfica, sala de diagramação, laboratório fotográfico, laboratório de rádio, tele e cinejornalismos, e hemeroteca. Esta determinação foi reforçada, posteriormente, pela Resolução do CFE nº 02/1984. As exigências estavam especificadas no Parecer nº 480/1983, o qual trata de instalações e laboratórios.

Apesar de ter sido elaborado com a participação das comunidades acadêmica, profissional e empresarial, o currículo mínimo fixado pela Resolução do CFE nº 02/1984 pouco inovou e pouco acrescentou em termos pedagógicos. Na verdade, a conquista da exigência da prática laboratorial, uma reivindicação dos setores profissionalizantes, contribuiu para aumentar a polêmica entre formação mais teórico-humanística *versus* formação mais prática-laboratorial.

Apesar de inúmeras deficiências técnicas, administrativas e financeiras, deve-se destacar que o ensino do jornalismo na Bahia melhorou muito entre 1968 e 1995. Neste período, houve uma melhoria significativa na estruturação do quadro docente, principalmente a partir da década de 1980, com a incorporação de professores com cursos de pós-graduação.

A melhoria do ensino de jornalismo também contribuiu para o desenvolvimento ético-profissional daqueles que militavam na imprensa local. Foi a partir do início da década de 1970 que os jornais baianos passaram a procurar profissionais egressos do curso de jornalismo. A partir de então, ex-alunos do curso de jornalismo da UFBA passaram a exercer as mais variadas atividades nas redações dos jornais e emissoras de rádio e televisão, na Bahia e em outros estados. Os jornalistas formados por esta universidade também passaram a exercer função de redator publicitário, em agências de publicidade de médio e grande portes, e executar ainda tarefas nas áreas de *marketing* e relações públicas nas grandes empresas públicas e privadas, tendo em vista não existirem cursos de publicidade e de relações públicas no estado.

Considerando que a Faculdade de Comunicação (Facom) da UFBA não tinha interesse pelo curso de publicidade e considerando também que havia uma demanda muito grande por profissionais desta área, os professores doutores Sérgio Augusto Soares Mattos e Robério Marcelo Ribeiro marcaram, em 1991, uma audiência com o então chanceler da Universidade Católica do Salvador (UCSal),

o cardeal Dom Frei Lucas Moreira Neves, que se mostrou receptivo à proposta de se criar o curso na UCSal, acionando de imediato o reitor José Carlos Almeida. O resultado da audiência foi que o primeiro vestibular para o curso de publicidade, com cem vagas, teve mais de mil candidatos inscritos. Após a decisão política do chanceler, aceita pelo reitor, inúmeros contatos foram mantidos, ouvindo-se representantes do mercado, dos veículos e da Associação Baiana de Agências de Publicidade (ABAP), os quais ajudaram a pensar o curso. O primeiro curso de publicidade na Bahia foi disponibilizado em 1992 pela UCSal, e o primeiro curso de relações públicas foi implantado pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB) em 1986.

Assim, pode-se afirmar que as contribuições do único curso de jornalismo na Bahia, até 2000, apresentam saldo positivo.¹ Um exemplo deste resultado foi o depoimento do jornalista Jorge Calmon, então editor chefe de *A tarde*, quando paraninfou, em 1986, a turma de jornalismo da UFBA. Em seu discurso, intitulado *Oito razões – dentre muitas outras – para que exista o curso de jornalismo*, ele destacou que

se os cursos de jornalismo são falhos, o certo não é condená-los, ou postular sua extinção; sim, exigir que sejam colocados à altura de sua importante função, pois hoje deles, exclusivamente deles, depende o suprimento da mão de obra à imprensa. E esta é uma exigência que se agrava em razão do crescente emprego dos meios eletrônicos no trabalho jornalístico, demandando profissionais que, além de possuírem autonomia de texto, se apresentem treinados no uso da aparelhagem criada pela informática (Calmon, 1986).

As “oito razões” levantadas por Jorge Calmon favorecem, afirmou ele, de modo insofismável, o funcionamento dos cursos de jornalismo. São elas: *i*) a opção vocacional; *ii*) a seleção dos mais aptos ao exercício da profissão; *iii*) o preparo para o ofício; *iv*) o conhecimento da ética do jornalismo; *v*) o estudo da legislação de imprensa; *vi*) a formação universitária do comunicador; *vii*) a profissionalização definitiva do jornalista; e *viii*) a estabilidade econômica da categoria.

A Facom/UFBA,² criada em 30 de setembro de 1987, após a separação da Escola de Biblioteconomia e Comunicação (EBC), registra em sua história, assim como a da própria universidade, uma forte tendência a investimentos na área cultural. Atualmente, a Facom oferece dois cursos de graduação (jornalismo e produção cultural) e abriga dois programas de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado), além de cursos *lato sensu* (especialização em análise do discurso

1. Até 2000, a UFBA era a única instituição a oferecer a habilitação em jornalismo. Neste ano, duas instituições de ensino superior privadas – a Unidade Baiana de Ensino, Pesquisa e Extensão (Unibahia) e a FIB – também passaram a oferecer a mesma habilitação, atendendo a uma demanda reprimida.

2. Desde 2000, a Faculdade de Comunicação (Facom) da UFBA está ocupando o antigo prédio do restaurante universitário, no Campus da Ondina, que foi reformado e adaptado para abrigar a faculdade com todos os seus laboratórios. Antes, ocupava um pequeno prédio no Campus do Vale do Canela, vizinho à Escola de Música e onde hoje está localizado o Instituto de Saúde Coletiva.

audiovisual, cibercultura e comunicação e política), reunindo pouco mais de quinhentos alunos de graduação e 150 de pós-graduação. Os dois programas de pós-graduação, juntos, envolvem quarenta professores permanentes e nove colaboradores.

3 IMPLANTAÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO

O programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas foi criado em 1989, com o mestrado, constituindo-se desde o início em um centro interdisciplinar de estudos e ensino no campo da comunicação e da cultura. No período que antecedeu a instalação do programa, entre 1985 e 1989, foram realizadas inúmeras atividades e debates na área da comunicação e da cultura com o objetivo de criar uma massa crítica que respaldasse sua implantação.

A partir de 1994, foi implantado o doutorado, que seria não apenas o primeiro do Nordeste mas também o primeiro fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo-Brasília, e o sétimo do país na época. Em 1996, foi implantado, como parte do programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas, o Centro Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura. Em 2003, foi criado na Facom o Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – Cátedra Andrés Bello (CULT), um órgão complementar da UFBA. Em seguida, em 2005, foi implantado, no prédio da Facom/UFBA, o segundo programa de pós-graduação: o Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, que serviu para consolidar a participação efetiva desta faculdade no ensino de pós-graduação na região Nordeste (Mattos, 2010).

Esse programa foi avaliado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) em 2001 com o conceito cinco, mantido até os dias atuais, o que o colocou no mesmo patamar dos melhores cursos oferecidos no país. A área de concentração deste programa é comunicação e cultura contemporâneas. O objeto de estudo do programa abrange duas linhas de pesquisa: *i)* cibercultura – análise das formas midiáticas surgidas da convergência da informática e das telecomunicações, concentrando estudos sobre os impactos comunicacionais das tecnologias de informação; e *ii)* análise de produtos e linguagens da cultura midiática – voltado para análise de obras, produtos e linguagens comunicacionais e/ou para a elaboração de metodologias de estudos de recepção.

O Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade, avaliado pela Capes com o conceito quatro, apresenta duas linhas de pesquisa: *i)* cultura e desenvolvimento, voltada para estudos que busquem compreender as relações entre cultura e política e cultura e ciência; e *ii)* cultura e identidade, que acolhe projetos de pesquisas voltados à descrição e análise de construções discursivas das formas sociais de afirmação identitária e de expressões artísticas. Apresenta ainda grupos de pesquisa em identidades e expressões artísticas.

Os grupos de pesquisa dos dois programas de pós-graduação em funcionamento na Facom/UFBA têm apresentado uma produção acadêmica relevante, contribuindo para o avanço do conhecimento da comunicação no país, em especial para a região Nordeste. Desde o seu início, o Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas diplomou, até agosto de 2008, 158 mestres e 51 doutores. Atualmente, o programa possui 57 alunos matriculados, sendo 27 no doutorado e trinta no mestrado. Possui ainda onze alunos matriculados no doutorado interinstitucional, mantido em convênio/parceria com a Universidade Federal de Tocantins (UFT). De acordo com o Relatório de Avaliação Trienal 2010 (Freire, 2010), referente ao período 2007-2009, apresentado à Capes pelo coordenador da área de ciências sociais aplicadas, no triênio em questão o programa diplomou 35 mestres e quatorze doutores. Por sua vez, até 2008, o Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade já havia diplomado 28 mestres, e em 2009 diplomou seu primeiro doutor. O Programa em Cultura e Sociedade possui 75 alunos matriculados em seu curso, dos quais 32 em doutorado e 43 em programas de mestrado. De acordo com informações do professor doutor Paulo Miguez, coordenador da pós-graduação em cultura e sociedade, desde o seu início até dezembro de 2011, o programa já diplomou 82 mestres e dezenove doutores.

Os dois cursos de pós-graduação em funcionamento na Facom estão inseridos na UFBA, criada em 1946 e que hoje oferece, além dos 56 cursos de graduação, 46 cursos de mestrado e 23 de doutorado. Esta universidade tem cerca de 20 mil alunos de graduação, 3 mil de pós-graduação e mais de 2 mil professores, caracterizando-se como uma das universidades brasileiras que mais oferecem cursos de pós-graduação no campo cultural.

A gestão para a implantação do primeiro programa de pós-graduação da Bahia e do Nordeste começou a partir do desmembramento da Escola de Biblioteconomia e Comunicação, quando se deu, no dia 30 de setembro de 1987, a fundação da Faculdade de Comunicação, na gestão do reitor Germano Tabacof.

4 CULTURAS CONTEMPORÂNEAS

De acordo com o depoimento do professor Albino Rubim, primeiro diretor da Facom, além da criação da faculdade, as inúmeras atividades de extensão que foram desenvolvidas a partir de 1985 até a criação da pós contribuíram para

fazer de Salvador uma nova referência dos debates em comunicação e cultura no Brasil. Deliberadamente foram realizados inúmeros seminários, cursos, fóruns que atualizaram nosso pensamento nas áreas de comunicação e cultura (Rubim, 2008).

Esses eventos, a começar pelo belo e amplo seminário *Dilemas da modernidade: as ambiguidades do moderno*, foram momentos memoráveis de debate intelectual, com relevantes pensadores da comunicação e da cultura

brasileiras convidados continuamente a Salvador para estes encontros. Em uma listagem não exaustiva, pode-se lembrar de nomes como: Olgária Mattos, Fausto Castilho, Nicolau Sevecenko, Francisco Foot Hardman, Muniz Sodré, Sergio Porto, Gabriel Cohn, Orlando Miranda, Ciro Marcondes Filho, Murilo Ramos, José Luiz Braga, Venício Lima, Eduardo Pañuela, Ismail Xavier, Jean-Claude Bernardet, Sergio Caparelli, Vera França, Ceres Pimenta, José Milton Santos, Luiz Custódio da Silva, Maria Nazareth Ferreira, Silas de Paula, Fayga Ostrower, Maria Rita Kehl, entre outros. O programa de eventos buscava compartilhar o esforço destes profissionais de construção de configurações teóricas atualizadas para a comunicação, cultura e sociedade com colegas que, em diversos pontos do país e em áreas de afinidades, realizavam trabalhos similares, considerados significativos.

Estas atividades e o intercâmbio com colegas de ponta de todo o Brasil foi também muito importante para possibilitar a implantação da pós. Simultaneamente buscamos trazer para o departamento e para a Faculdade novos professores em regime de dedicação exclusiva e com titulação para viabilizar a pós. A formação do corpo docente foi também viabilizada pelos contatos e convites feitos a professores da UFBA que trabalhavam com o tema da cultura. Assim, foi possível construir o mestrado de Comunicação e Cultura Contemporânea, do qual fui o primeiro coordenador, tendo como vice o professor Marcos Palácios (Rubim, 2008).

Foram essas atividades, reconhece Rubim, que facilitaram a construção do projeto, além de terem congregado o corpo docente do mestrado em comunicação e cultura contemporâneas. O programa serviu também para aglutinar professores com mestrado e doutorado de outras unidades com os professores da própria Facom. A gestão do professor Albino Rubim como diretor da faculdade foi de extrema importância para o apoio das atividades que antecederam a instalação do programa de pós-graduação. Com sua saída da direção, assumiu, por eleição de seus pares, a coordenação do mestrado em comunicação e cultura contemporâneas nos primeiros anos (1988-1990).

Temas como: contemporaneidade, pós-modernidade, neomodernos, mal-estar da modernidade, sociabilidade, comunicação e culturas midiáticas tornaram-se objeto de nossas investigações. Não por acaso, optamos no início do programa por ministrar algumas disciplinas de modo coletivo, objetivando transmitir aos alunos as múltiplas e muitas vezes contraditórias angulações existentes sobre o mal-estar da modernidade e suas plurais conexões com a comunicação e cultura contemporâneas e dar continuidade, no interior mesmo das disciplinas, ao debate entre os professores. Pois nosso projeto simultaneamente conjugava a insistência em buscar um objeto comum de reflexão, mais bem delineado, com a pluralidade de enfoques teóricos na abordagem deste objeto (Rubim, 2008).

Após a consolidação do mestrado, começaram a surgir os debates em torno da conveniência ou não da criação do doutorado. Havia, na época, uma divergência

com relação à sua implantação, tendo em vista que seria o primeiro do Nordeste e o primeiro fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo-Brasília, também por conta de o mestrado ter pouco tempo de implantado – apesar de apresentar uma atuação de qualidade na formação do conhecimento, além de participar ativamente dos movimentos e associações de programas de pós-graduação do país. A Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), criada em 1991, em Belo Horizonte, teve, por exemplo, apoio sistemático dos professores do programa de pós e da direção da Facom/UFBA. Quando o doutorado em comunicação e cultura contemporâneas foi implantado, o professor Albino Rubim encontrava-se novamente como diretor da Facom. Sobre a sua implantação, ele recorda:

sobre o doutorado, tenho as seguintes observações: cabe destacar os pontos essenciais deste projeto e da atuação deste segundo momento na direção da faculdade. A consolidação do mestrado, estruturado entre 1988 e 1990, e a criação do doutorado, em 1995, foram as metas cruciais inscritas no programa e posteriormente implementadas. (...) A proposta e a iniciativa de implantação do doutorado, configurando um programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas, na época defendida pela direção da faculdade e por um número significativo dos professores, especialmente de pós-graduação, foi essencial para a Facom, não só porque colocava a faculdade em um patamar mais qualificado, o que, aliás, foi alcançado, mas porque representava mais um desafio para a sua comunidade e dava um passo importante para o fortalecimento de uma dinâmica de pesquisa, e da qualificação dos docentes e das suas atividades acadêmicas na faculdade (Rubim, 2008).

A primeira tese de doutorado apresentada ao programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas foi defendida, no início de 1998, por José Moura Pinheiro, que coincidentemente foi orientado pelo primeiro doutor da Facom, professor Sérgio Augusto Soares Mattos. A tese abordou tema jornalístico com o seguinte título: *Setor jornalístico do Brasil: história, evolução tecnológica e desempenho empresarial*.

Vale salientar que o programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas tem tido uma atuação pioneira e uma linha de atuação sintonizada com as novas tendências tecnológicas e midiáticas. Como prova disto pode-se citar a criação do Ciberpesquisa – Centro Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura, que faz parte do programa. O Ciberpesquisa, criado inicialmente como grupo de pesquisa, em 1997, pelos professores André Lemos e Marcos Palácios, foi transformado, em 2000, em Centro de Estudos e Pesquisa em Cibercultura com o objetivo de realizar estudos e atuar na emergente área da cibercultura. Hoje, funciona como centro de referência no país, além de ter ultrapassado as fronteiras nacionais, passando a estabelecer convênios internacionais. O Centro Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura é reconhecido internacionalmente como referência nos estudos sobre os impactos das novas tecnologias na sociedade e cultura contemporâneas. O Ciberpesquisa está devidamente registrado no cadastro

de grupos de pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).³

Outra ação pioneira desenvolvida pelo programa está concentrada no campo do jornalismo digital. As pesquisas iniciadas em 1995 evoluíram e se transformaram no Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL). No dizer do professor Elias Machado, um dos idealizadores do GJOL,

dez anos depois [2005] estamos colhendo os primeiros resultados de uma iniciativa que contribui para melhorar a qualidade do ensino, da pesquisa e do jornalismo digital praticado em Salvador. Em decorrência de nossas pesquisas e de nossas preocupações em trazer para o plano da aplicação prática as nossas descobertas, fomos uma das primeiras faculdades brasileiras a ensinar e a incluir o jornalismo digital como disciplina obrigatória no currículo, em 1997, antecipando um movimento comum hoje em todos os cursos de jornalismo (Machado, 2005).

5 CULTURA E SOCIEDADE

A participação da Facom/UFBA no cenário dos cursos de pós-graduação em comunicação tem estado em constante evidência, não só por seu pioneirismo como também pela influência que tem exercido no Norte e Nordeste do país, determinando linhas de pesquisa e formando uma verdadeira escola, o Grupo Baiano de Comunicação, um verdadeiro *invisible college*, com características e tendências específicas.

Em 2005, a Facom/UFBA, que é considerada uma faculdade pequena quando comparada com outras da área de comunicação, surpreendeu novamente ao conseguir aprovar junto à Capes o seu segundo programa de pós-graduação (mestrado e doutorado) em cultura e sociedade. Este programa multidisciplinar está alinhado com as novas diretrizes da Capes, a qual, por meio do Plano Nacional de Pós-Graduação, tem privilegiado os cursos multidisciplinares voltados para a cultura. O programa congrega docentes e pesquisadores, provenientes de variados campos do conhecimento de toda a UFBA, que se dedicam a estudar os setores culturais do estado. Vale destacar que os docentes que participam deste programa estão vinculados às seguintes áreas desta universidade: antropologia, arquitetura, comunicação, economia, história, letras, música, saúde coletiva e sociologia.

Em síntese, a implantação desse novo programa, liderado pelo professor Albino Rubim, surgiu devido a profundas divergências sobre algumas questões essenciais.

A mais essencial delas creio ser a visão de comunicação, em especial de sua articulação com a cultura. No projeto criado este vínculo era essencial. Mas uma concepção estreita que desliga a comunicação da cultura passou a ser vigente na Capes e no programa, fazendo com que muitos de seus criadores não mais se identificassem

3. Informações disponíveis em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/>>.

com o projeto e resolvessem criar um novo programa em cultura. É bom lembrar que diversos idealizadores do programa vinham de outras áreas. Assim, a visão estreita da comunicação foi um dos pontos que levaram ao surgimento de um outro programa na faculdade. Um programa que, apesar de estar na Facom, não é um programa de comunicação, mas um programa multidisciplinar, inclusive vinculado a este comitê na Capes (Rubim, 2008).

Os desafios, as tendências e a influência dos dois programas de pós-graduação da Bahia que podem ter contribuído para melhorar ou não os destinos da pós-graduação no Nordeste são semelhantes, mas estão totalmente desvinculados um do outro. Segundo Albino Rubim, entretanto, o pós-cultura e sociedade “tem buscado uma inserção nacional e internacional significativa”. Como exemplo disto, destaca a realização dos encontros de estudos multidisciplinares em cultura, que já são a maior referência de estudos multidisciplinares em cultura no Brasil. Falando sobre as diferenças entre os dois programas de pós em comunicação da Bahia ele afirma:

os programas são radicalmente distintos. O de comunicação, apesar de ainda se chamar comunicação e cultura contemporâneas, é um programa disciplinar em comunicação. Já o pós-cultura [cultura e sociedade] é um programa multidisciplinar que trata fundamentalmente do tema da cultura, tendo uma abrangência bem mais ampla que a comunicação. Suas linhas de pesquisa em cultura e desenvolvimento e cultura e identidade aglutinam trabalhos organizados a partir do olhar das mais diferentes áreas disciplinares que analisam a cultura, inclusive a comunicação, mas não apenas ela. Também a antropologia, a sociologia, a história, as letras, as artes, a economia, a arquitetura e urbanismo etc.

No pós-cultura, temos duas linhas de pesquisa que expressam duas das principais áreas de estudos em cultura hoje existentes no mundo. De um lado, cultura e desenvolvimento, reúne estudos em políticas culturais, economia da cultura, cultura e cidade; De outro lado, cultura e identidade, permite que sejam realizados estudos das diferentes variantes de identidade: de gênero, étnicas, de territórios etc. Assim, o pós-cultura está em sintonia fina com as temáticas, internacionais e nacionais, de ponta na sociedade contemporânea (Rubim, 2008).

Em artigo intitulado *Fragmentação versus convergência*, publicado no *Observatório da imprensa*, Venício Lima postula a necessidade de um novo marco regulatório para o campo da comunicação no Brasil devido a “uma contradição entre a inevitável convergência tecnológica nas comunicações e a crescente fragmentação que tem ocorrido na pesquisa e a formação do profissional”. Referindo-se às tendências, ele critica inclusive o desdobramento do programa de pós-graduação da Bahia, o qual, para ele, caminha na contramão.

Os últimos anos assistiram também ao surgimento de diversas associações que reúnem pesquisadores em subáreas autodefinidoras de seus respectivos interesses e objetos de pesquisa: Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor); Fórum Nacional de Professores de Jornalismo; Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Ciberultura; Associação Brasileira de Pesquisadores de

Comunicação e Política; e a Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, que embora não seja exclusivamente brasileira, reúne pesquisadores brasileiros identificados com esta área.

Numa importante instituição de ensino e pesquisa – a Universidade Federal da Bahia – houve até mesmo a separação formal entre os estudos da comunicação e da cultura com a criação do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade. Esse foi um movimento, registre-se, em sentido oposto ao que deu origem ao importante Center for Contemporary Cultural Studies, na Inglaterra dos anos 1960, até hoje uma referência para os estudos do campo (Lima, 2007).

Vale destacar que o CULT, um instituto que vem desenvolvendo atividades e pesquisas em cultura, tem colaborado no âmbito da Facom, especialmente com o programa multidisciplinar de pós-graduação em cultura e sociedade e com o curso de graduação com habilitação em produção cultural.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A UFBA foi pioneira no Nordeste tanto no oferecimento do primeiro curso de jornalismo, instalado em 1950, como também na implantação do curso de pós-graduação em comunicação. O curso de jornalismo desta universidade funcionou, por muitos anos, como o único a diplomar jornalistas para o mercado, o qual só ganhou novos cursos a partir de 2000, com a chegada das faculdades privadas. De acordo com dados para 2011, existem em funcionamento 36 cursos de comunicação no estado da Bahia, dos quais 18 oferecem a habilitação em jornalismo.

Para concluir, pode-se afirmar que nos últimos 25 anos, a serem completados no dia 30 de setembro de 2012, a Faculdade de Comunicação da UFBA, por meio de seus dois programas de pós-graduação – comunicação e cultura contemporâneas e cultura e sociedade –, tem contribuído direta e indiretamente para a inserção da Bahia e do Brasil no cenário internacional de estudos, seja no campo da cultura, nos estudos do impacto das tecnologias de comunicação e informação nos meios de comunicação e na sociedade. A produção acadêmica dos pesquisadores vinculados aos programas tem contribuído para o avanço do conhecimento. Destaque-se ainda o fato de que os doutores e mestres formados pelos programas estão sendo absorvidos pelos cursos de comunicação social das faculdades particulares de Salvador e outras cidades, na função de coordenadores e/ou docentes, contribuindo também para a melhoria da qualidade do ensino da comunicação em nível de graduação. Além disso, os docentes dos dois programas têm realizado inúmeros cursos de pós em outros estados do Norte e Nordeste – além de agirem como verdadeiros consultores na implantação de novos cursos –, bem como firmado convênios e parcerias para treinamento do professores de outras universidades, por meio de parcerias interinstitucionais.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. O ensino do jornalismo no Nordeste (depoimento). **Cadernos de jornalismo e editoração**, São Paulo, n. 18, 1986.

CALMON, J. **Oito razões (dentre muitas outras) para que exista curso de jornalismo**. Bahia: UFBA, 1986. (Discurso proferido na formatura dos bacharéis em comunicação, com habilitação em jornalismo).

FREIRE, M. **Relatório de Avaliação 2007-2009** – Trienal 2010. Brasília: MEC, 2010. Disponível em: <http://trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/08/Resultados-Finais-Trienal-2010_2.pdf>.

LIMA, V. A. Fragmentação *versus* convergência. **Observatório da imprensa**, 26 abr. 2007. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=405>. Acesso em: 5 fev. 2008.

MACHADO, E. Pesquisa aplicada ao desenvolvimento. **Observatório da imprensa**, n. 724, 11 abr. 2005. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/pesquisa_aplicada_ao_desenvolvimento>. Acesso em: 10 fev. 2008.

MATTOS, S. **O contexto midiático**. Salvador: IGHB, 2009.

_____. Journalism/communication graduate education in Brazil. **Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research**, v. 36, n. 2, p. 200-212, 2010. Disponível em: <[http://www.unisa.ac.za/contents/faculties/humanities/comm/docs/Communicatio%2036%20\(2\)_%202010.pdf](http://www.unisa.ac.za/contents/faculties/humanities/comm/docs/Communicatio%2036%20(2)_%202010.pdf)>.

MELO, J. M. Currículo mínimo de comunicação: o soneto e as emendas. **Boletim do Intercom**, São Paulo, n. 46, p. 37-40, 1984.

_____. Jornalismo brasileiro: a pesquisa e a conjuntura política. *In*: _____. **Comunicação: teoria e política**, São Paulo: Summus, 1985, p. 59-69.

RUBIM, A. **Depoimentos concedidos ao autor, via e-mail**. 7/10 fev. 2008.

UFBA – UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **A biblioteconomia na Bahia**: 40 anos de atividades. Bahia: UFBA, 1982.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MELO, J. M. Pedagogia da comunicação: as experiências brasileiras. *In*: _____. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1974. Cap. 1.

OS ESTUDOS HISTÓRICOS E O CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Marialva Barbosa*
Ana Paula Goulart Ribeiro**

1 INTRODUÇÃO

A proliferação de estudos históricos no campo da comunicação no Brasil tem sido frequentemente referendada. Diversos autores constatarem reiteradamente que, sobretudo nas últimas duas décadas, tem sido cada vez maior o número de pesquisadores que se dedicam a estudar os meios de comunicação na sua dimensão histórica.

Mas, apesar dos avanços consideráveis, há ainda muito a ser feito. De um lado, proliferam temáticas pontuais, estudos localizados, abordagens geograficamente circunscritas, e, de outro, estudos em que a dimensão histórica está presente muitas vezes apenas porque o passado é o foco da análise. São abordagens nas quais a centralidade das questões históricas – o tempo como conector fundamental de instauração do diálogo com o passado; a percepção do espaço como lugar de relações sociais; a construção de um diálogo interpretativo na direção dos restos que do passado chegam até o presente etc. – muitas vezes não é considerada.

Embora cada vez menos dominantes, há ainda nos estudos históricos do campo da comunicação no Brasil a percepção de uma história linear e orientada, governada por uma lógica de tempos que se sucedem numa duração que irrompe o presente. Outras vezes, há o predomínio da abordagem a partir da fala daqueles que vão construindo lugares de ícones midiáticos e que, assim, assumem o papel de protagonistas de uma história que se apresenta aos pedaços.¹

Observa-se também a prática de se dividir a história da comunicação a partir dos objetos que são o foco da análise. Assim, a história da comunicação se divide em muitas histórias: da imprensa, da fotografia, do cinema, do rádio, da televisão,

* Professora titular da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

** Professora adjunta da Escola de Comunicação da UFRJ e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ.

1. Sobre a percepção crítica dos estudos históricos dos meios de comunicação realizados no Brasil, ver Ribeiro e Herschmann (2008), Ribeiro (2003; 2007) e Barbosa e Ribeiro (2005).

das mídias digitais etc. Se por um lado esta divisão permite a complexidade das abordagens, por outro é urgente que se produzam obras de síntese.

Fazer um balanço crítico dos estudos históricos envolvendo o campo da comunicação no Brasil é, portanto, se referir a um painel multifacetado, em que muitas histórias são contadas. Seria necessário neste painel se referir aos diversos estudos que se dedicam a recuperar a história dos meios de comunicação, privilegiando meios específicos – jornais, rádio, televisão, fotografia, livros, cinema etc. – ou privilegiando os estudos de caso.

Seria impossível tal revisão no curto espaço de um capítulo. Em função disso, o balanço crítico proposto segue duas direções. Em um primeiro momento, serão genericamente situados os paradigmas dominantes nos estudos históricos de comunicação, particularizando o que se poderia denominar de grandes linhas de análise. Em um segundo momento, o capítulo irá mapear os estudos existentes em um grupo específico: os que envolvem a imprensa, o mais numeroso. Para a revisão crítica dos estudos históricos envolvendo especificamente o jornalismo, utilizaram-se como material empírico privilegiado as teses dos últimos dez anos sobre a temática listadas no portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

2 UMA HISTÓRIA EM PEDAÇOS: BALANÇO CRÍTICO

O estudo de Barbosa e Ribeiro (2009), ao fazer um balanço da produção do que é chamado de história da comunicação ou da mídia no Brasil, constatava algumas recorrências em termos de produção científica: o predomínio dos estudos locais e regionais, sem a necessária produção de análises comparativas que resultariam em reflexões sob um olhar mais holístico; a recorrência de pesquisas monográficas, centradas em temas por vezes bastante recortados – um periódico, por exemplo – ou em períodos de tempo extremamente reduzidos, sem a produção de trabalhos de síntese; e a repetição sistemática da discursividade do passado como atestado de sua historicidade, em uma falta de visão dos processos comunicacionais como objeto de um olhar histórico.

Outra característica da história dos meios que se faz no Brasil é o predomínio de uma perspectiva memorialista. Há uma grande quantidade de trabalhos nos quais o tratamento dado às questões relativas à história é, muitas vezes, o da efeméride. Nestes casos, o texto acadêmico se aproxima da narrativa testemunhal. Muitos estudos são ainda tributários de uma ideia de história orientada e baseada em grandes feitos e singularidades dos grandes personagens. Adota-se principalmente uma visão que privilegia a ruptura, produzida por fatos considerados marcantes e sucedidos em uma linearidade absoluta de tempo.

Além disso, há também um grande número de memórias propriamente ditas, de relato de jornalistas e de outros homens da mídia. Estes testemunhos constituem,

obviamente, precioso material de pesquisa, mas devem ser encarados como fontes para a compreensão do passado, e não como índices absolutos da sua verdade histórica. Em outras palavras, é preciso considerar o trabalho da linguagem e de enquadramento da memória realizado pelos narradores.

Há também uma valorização da história oral, fortemente observada na formação de acervos memorialistas tanto em universidades, ligados a projetos individuais ou institucionais, quanto em empresas e outras instituições. Esta profusão de relatos memorialistas, orais e escritos, é extremamente interessante para o pesquisador, pois gera grande quantidade de material para o seu trabalho. Entretanto, quando considerados no interior do que se tem chamado de cultura da memória, estes relatos colocam alguns desafios teóricos. Beatriz Sarlo (Sarlo, 2005) observa que, na contemporaneidade, a descrença em uma verdade única produz, como um efeito paradoxal, a ideia de que o gênero testemunhal é capaz de dar sentido à experiência. Evidentemente, a valorização da subjetividade – e, consequentemente, dos relatos individuais – deve ser necessariamente problematizada.

Para as autoras deste capítulo, esse parece ser um dos pontos mais difíceis de superar. Os estudos de comunicação que envolvem a questão histórica são ainda, em sua maioria, tributários de uma ideia de história baseada em grandes feitos e na atuação singular de grandes atores sociais, como mencionado. Muitos trabalhos centram suas análises nas ações individuais, negligenciando as dinâmicas e os processos institucionais e macrossociais. Esta característica é, justamente, uma consequência ou um sintoma do que se chama neste capítulo de perspectiva memorialista dos estudos.

A ideia de história da mídia em geral – sobretudo aquela produzida no campo da comunicação – está impregnada de uma visão na qual a temporalidade linear e a sucessão de acontecimentos dão o tom da narrativa. Adota-se principalmente uma visão que privilegia a mudança, produzida por fatos considerados marcantes. As tensões e especialmente as articulações entre ruptura e continuidade poucas vezes são levadas em conta.

O caráter descritivo é frequentemente mais marcante que o analítico. Há um peso maior nos aspectos empíricos que nos teóricos. Muitos textos apenas acompanham o aparecimento e o desaparecimento de periódicos ou de emissoras, em uma perspectiva preferencialmente factual. Parece haver na comunicação uma dificuldade em desenvolver a imaginação sociológica (ou histórica), no sentido que lhe foi atribuído por Wright Mills (Mills, 1982): uma percepção que consiga dar conta do complexo jogo que se processa entre os homens e a sociedade, a biografia e a história, o eu e o mundo; uma sensibilidade capaz de relacionar as microestruturas e as macroestruturas e de compreender os cenários mais amplos em termos de seus significados para a vida íntima das pessoas. As autoras acreditam

que isto é um sintoma da ausência, nos estudos da comunicação, de uma teoria da história ou mesmo de consistente metodologia de pesquisa e análise histórica.

Nos trabalhos de historiadores e de outros cientistas sociais, este quadro de mais descrição que análise é um pouco distinto. Estes pesquisadores – pertencentes a disciplinas mais antigas, dotadas de tradição de pesquisa mais consolidada – levam algumas vantagens em termos de teoria e de metodologia. Mas é curioso observar que é no campo da história política que se desenvolvem os mais importantes trabalhos. Em termos de metodologia de pesquisa, vale a pena destacar, mais uma vez, que, com frequência, a análise dos produtos midiáticos se conjuga com o uso da história oral. A influência maior parece advir da chamada história do tempo presente, perspectiva que tem como marco fundador as obras de autores como François Bédarida e Henry Rousso.

Outra observação importante a considerar na produção da história da mídia no Brasil é que alguns trabalhos abordam-na como portadora de ideologias, mas não levam em conta as condições mais amplas de produção do produto jornalístico, tanto institucionais quanto histórico-sociais. Ou, algumas vezes, quando estas condições são consideradas, as relações estabelecidas entre elas são de causalidade mecânica.

No entanto, há trabalhos que sofrem do problema inverso. Abordam o contexto histórico, mas desconsideram as dimensões propriamente jornalísticas: aspectos empresariais, técnicos, discursivos, deontológicos e profissionais; as rotinas de produção; e as tensões e disputas dentro do campo. Esta característica – o que é fácil compreender – é encontrada com mais frequência nos trabalhos realizados por historiadores que nos dos jornalistas ou outros profissionais da comunicação. Os pesquisadores da comunicação, na sua maioria, já tiveram alguma experiência prática de exercício profissional em empresas de comunicação, como repórteres, editores, fotógrafos, publicitários etc. Por isso, muitos deles conhecem as engrenagens de produção por dentro e levam em consideração esta dimensão em suas análises. A questão é que muitos ficam presos a elas e não conseguem fazer aquilo que para o historiador e para o cientista social, ao contrário, é mais fácil: a passagem para considerações mais amplas.

O problema de muitos dos estudos de história dos meios de comunicação diz respeito à aparição das questões comunicacionais ora como fonte, ora como personagem secundário na narrativa. Muitas vezes, os estudos balizam as análises pelos processos mais gerais da sociedade. Assim, é no bojo de uma série de transformações políticas, sociais, econômicas e culturais que os jornais, ou os meios de comunicação, são incluídos, como atores secundários. Este capítulo propõe a inversão de tal lógica. Os processos comunicacionais – isto é, o texto – são analisados, mas levando-se em conta evidentemente o mundo no qual se desenvolviam – ou seja, o contexto.

Claro que há pesquisas que fogem a essas abordagens. Vez por outra surgem teses e dissertações inovadoras, cujo cerne da discussão são, realmente, aspectos relativos ao conhecimento dos processos históricos envolvendo a comunicação.

Pode-se sintetizar esse balanço crítico a partir de um diagnóstico feito em Barbosa e Ribeiro (2005), trabalho que agrupou a maioria dos estudos históricos dos meios de comunicação em quatro eixos. Em um primeiro grupo dominam os estudos cuja principal tarefa seria descrever, de maneira linear e orientada, o aparecimento e o desaparecimento de periódicos que teriam tido significação no passado, em uma perspectiva essencialmente factual. O segundo conjunto de textos concentra-se em analisar as modificações nas estruturas internas dos jornais. São, em geral, trabalhos monográficos dedicados à pesquisa de um único periódico ou de um pequeno grupo deles. O principal problema localizado nestas abordagens é que na maioria das vezes não se estabelecem conexões entre as características descritas e observadas nos periódicos e as transformações históricas e sociais, centrando a análise nas ações individuais dos atores envolvidos nestes processos. A história figura como espécie de pano de fundo, como conjuntura para personagens que se movimentam. A história não é constitutiva dos sujeitos e de suas ações.

Um terceiro conjunto aborda os jornais como portadores de conteúdos políticos e ideologias, não analisando a historicidade propriamente dos meios de comunicação. São trabalhos que se preocupam prioritariamente em descortinar as características discursivas dos periódicos sem enfatizar a sua historicidade nos limites específicos de cada tempo e espaços sociais.

Finalmente, um quarto grupo é composto por pesquisas que enfocam o contexto histórico no qual os periódicos vão se inserindo do seu surgimento à sua evolução e desaparecimento, desconsiderando a dimensão interna dos meios, assim como a lógica do campo, os seus aspectos técnicos, discursivos e profissionais. Novamente, na maior parte dos casos, a história aparece meramente como pano de fundo, e a correspondência entre o interno e o externo é trabalhada mais descritivamente que de maneira explicativa.

3 UMA HISTÓRIA EM TRANSFORMAÇÃO

Não há uma obra de síntese sobre a história da comunicação no Brasil. Este movimento está quase restrito à história da imprensa, sobre a qual a primeira grande síntese foi produzida ainda na década de 1960, por Nelson Werneck Sodré, ao publicar o hoje clássico *História da imprensa no Brasil* (Sodré, 2011). No entanto, pode-se observar nos últimos dez anos uma transformação paulatina na abordagem histórica dos meios de comunicação.

Analizando-se especificamente as teses que abordam a chamada história da imprensa (ou do jornalismo), defendidas de 2002 a 2011, das 420 teses localizadas a

partir da palavra-chave *história do jornalismo* existentes no banco de teses da Capes, verifica-se a supremacia da realização destes estudos nos programas de pós-graduação em comunicação.

Dessas 420 teses selecionaram 69 que possuíam mais claramente o viés histórico. Foi possível obter alguns resultados que levam este capítulo a interpretações que apontam para uma maior sedimentação dos estudos históricos da imprensa, sobretudo, na área de comunicação.

Examinando-se especificamente a área de conhecimento em que foram realizados os estudos, observa-se a supremacia da comunicação: das 69 teses, trinta foram desenvolvidas no âmbito de programas de pós-graduação em comunicação. Em segundo lugar, no que diz respeito a este quesito, estão os programas de pós-graduação em história (22), seguidos dos de letras e áreas afins (onze). Há ainda três teses de cunho histórico enfocando a imprensa, uma defendida na área de educação, uma em psicologia social e outra em *design*.

Quanto à natureza dos estudos, observa-se que as teses oriundas da área de história privilegiam o contexto de atuação da imprensa, bem como as temáticas que emergiam de suas páginas, no sentido da construção de um discurso sobre determinados assuntos de um tempo e lugar selecionados.

As que emanam da área de comunicação, ainda que em certa medida continuem privilegiando o estudo de caso – um veículo, um personagem etc. –, passam cada vez mais a buscar uma análise mais complexa de um conjunto de impressos, como as revistas, os jornais de economia, as estratégias de distinção para os jornalistas ou a relação entre comunicação e história.

No quadro 1 selecionam-se trinta teses defendidas de 2002 a 2011 nos programas de pós-graduação em comunicação tendo como temática a história do jornalismo, ou da imprensa, de maneira mais abrangente. Incluem-se na seleção aquelas que tratam do fotojornalismo e excluem-se todas as que se referem a outros veículos de comunicação não impressos. No banco de teses e dissertações da Capes, há 963 teses indexadas como pertencendo ao universo da história da comunicação.

QUADRO 1

Teses de doutorado de comunicação selecionadas sobre história do jornalismo ou da imprensa (2002-2011)

Título	Autor	Instituição	Área	Ano
A revista no Brasil, o século XIX	Carlos Roberto da Costa	Universidade de São Paulo (USP)	Ciências da comunicação	2007
O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude: da <i>Rolling Stone</i> (1972-1973) à <i>Bizz</i> (1985-2001)	Cassiano Francisco Scherner de Oliveira	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	Comunicação social	2011
<i>Jornal Pessoal</i> : uma metalinguagem jornalística na Amazônia	Celia Regina Trindade Chagas Amorim	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	Comunicação e semiótica	2008

(Continua)

(Continuação)

Título	Autor	Instituição	Área	Ano
Fot Jornalismo e ficcionalidade no cotidiano	Celso Luiz Figueiredo Bodstein	Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)	Multimeios	2006
Escritores jornalistas no Brasil – 1904-2004	Cristiane Henriques Costa	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	Comunicação	2004
Jornalismo e história – o jornalista como historiador do presente	Dácio Renault da Silva	Universidade de Brasília (UnB)	Comunicação	2011
Revista <i>Senhor</i> : modernidade e cultura na imprensa brasileira	Eliane Fátima Corti Basso	Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)	Comunicação social	2005
Literatura, fatalidade e história: o jornalismo engajado de José do Patrocínio (1877-1905)	Felipe Ronner Pinheiro Imlau Motta	PUC-SP	Comunicação e semiótica	2008
A construção da imagem da prostituição e da moralidade em Porto Alegre pelo jornal <i>Gazetinha</i> : uma análise dos códigos sociais segundo a hipótese de agendamento (1895-1897)	Gisele Becker	PUC-RS	Comunicação social	2007
<i>Página feminina</i> : o ponto de encontro da mulher moderna. Estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano <i>A Gazeta</i> (1929-1943)	Gisely Valentim Vaz Coelho Hime	USP	Ciências da comunicação	2002
O jornalismo de economia e a reinvenção do Brasil no final do século XX	Hérica Lene Oliveira Brito	UFRJ	Comunicação	2009
O silêncio das Gerais: o nascimento tardio e a lenta consolidação dos jornais mineiros	Jairo Faria Mendes	UMESP	Comunicação social	2007
Nabantino Ramos – o modernizador das folhas	Laércio Pires de Arruda	UMESP	Comunicação social	2007
Comunicação, tempo, história. Tecendo o cotidiano em fios jornalísticos	Leticia Cantarella Matheus	Universidade Federal Fluminense (UFF)	Comunicação	2010
A nova imprensa popular brasileira: um estudo sobre os novos jornais populares do Brasil	Marcela de Matos Batista	USP	Ciências da comunicação	2005
Os sentidos pluralistas do cotidiano da cultura nas reportagens da revista <i>Realidade</i> nos anos de 1966 a 1968	Marcia Eliane Rosa	USP	Ciências da comunicação	2006
Danton Jobim, o mediador de duas culturas: por uma pedagogia do jornalismo	Marcia Furtado Avanza	USP	Ciências da comunicação	2007
Patrimônio dos próprios jornalistas: o Prêmio Esso, a identidade profissional e as relações entre imprensa e Estado (1964-1978)	Marcio de Souza Castilho	UFRJ	Comunicação	2010
Imprensa, poder e contra-hegemonia na Amazônia: 20 anos do <i>Jornal Pessoal</i> (1987-2007)	Maria do Socorro Furtado Veloso	USP	Ciências da comunicação	2008
República de penas e espadas: o discurso da imprensa republicana catarinense (1885-1889)	Mario Luiz Fernandes	PUC-RS	Comunicação social	2007
O texto jornalístico no centro de uma revisão da história da imprensa no Brasil	Mario Messagi Júnior	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	Ciências da comunicação	2009
Povo, massas e multidões nos contratos de comunicação do <i>Jornal Última Hora</i>	Marta Reys Gil Passos	PUC-SP	Comunicação e semiótica	2009

(Continua)

(Continuação)

Título	Autor	Instituição	Área	Ano
O riso na mídia: o Barão de Itararé e seus almanaques — os almanaques do jornal <i>A Manhã</i>	Odailton Araújo Aguiar	PUC-SP	Comunicação e semiótica	2006
Comunicação, cultura de esquerda e contra-hegemonia: o jornal <i>Hoje</i> (1945-1952)	Pedro Estevam da Rocha Pomar	USP	Ciências da comunicação	2006
Pompeu de Sousa, o jornalista que mudou o jornalismo brasileiro	Rosemary Bars Mendes	UMESP	Comunicação social	2006
Prata da casa. Fotógrafos e fotografia (1950-1960)	Silvana Louzada da Silva	UFF	Comunicação	2009
Fotojornalismo: a construção da imagem de Roseana Sarney na imprensa maranhense (1995-2002)	Silvio Rogério Rocha de Castro	USP	Ciências da comunicação	2004
Do testemunhal ao virtual: 40 anos de fotojornalismo carioca	Soraya Venegas Ferreira	UFRJ	Comunicação	2002
A fotografia na imprensa diária paulista nas primeiras décadas do século XX: <i>O Estado de S. Paulo</i>	Telma Campanha de Carvalho Madio	USP	Ciências da comunicação	2005
Sistema mediático e crise do jornalismo: dos anos 50 à decadência posterior a 80	Victor Israel Gentilli	USP	Ciências da comunicação	2003

Elaboração das autoras.

Analisando-se mais detidamente as temáticas e abordagens das teses, verifica-se que são poucos os estudos que privilegiam os estudos de caso (um veículo de comunicação) ou personagens midiáticos (um jornalista, por exemplo). Cada vez são mais raras as abordagens que se dedicam a privilegiar o estudo do discurso midiático em detrimento da historicidade dos processos do jornalismo de maneira mais abrangente. Entre as trinta teses, pelo menos quatorze têm uma abordagem mais holística dos processos históricos da mídia impressa, procurando enfocar a complexidade dos processos e das práticas comunicacionais à luz de uma interpretação histórica, na qual a relação com a interpretação do passado é chave.

Mesmo as teses que têm por assunto um veículo específico ou um personagem singular – como Danton Jobim ou Nabantino Ramos – procuram estudar o complexo processo de transformação daquele periódico ou a ação do ator social envolvido na trama de ruptura que o veículo encenou. Entretanto, a ruptura quando apresentada se insere em um contexto em que as continuidades também são consideradas.

No que diz respeito aos lugares onde foram defendidas as teses, observa-se a supremacia de programas localizados na região Sudeste, onde se concentra o maior número de pós-graduações em comunicação no país, seguida da região Sul. Das trinta teses envolvendo a temática, onze foram defendidas na Universidade de São Paulo (USP). Na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e na Universidade Federal do Rio de

Janeiro (UFRJ) foram defendidas mais doze teses, quatro em cada uma. Na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) foram defendidas três teses; na Universidade Federal Fluminense (UFF), duas; na Universidade de Campinas (UNICAMP), uma; e na Universidade de Brasília (UnB), uma.

4 HISTÓRIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UMA OBRA INCOMPLETA

Apesar desses avanços, é sintomático que ainda não se tenha uma obra sobre a história da comunicação no Brasil. Há uma extensa bibliografia sobre a história da comunicação, mas na maioria observa-se a mesma lacuna: estuda-se história da comunicação a partir de mundos absolutamente estrangeiros. Os processos da Europa Ocidental são transpostos para o território brasileiro, como se fosse possível fazer uma história que fosse válida para todos os espaços sociais.

Quando se estuda história da comunicação, o que se lê são livros que se voltam para a reconstrução desses processos, partindo, sobretudo, de um olhar eurocêntrico, não contemplando as especificidades do que ocorreu no território brasileiro. Submetida a uma historicidade própria, também a comunicação no Brasil ganhou aspectos particulares.

Quando se tenta ingressar no universo da história dos meios de comunicação no Brasil, é-se obrigado a recorrer a uma história em pedaços: estudos de história da imprensa, do rádio, da televisão, da fotografia, entre diversas outras divisões pela lógica do objeto de análise, fornecem uma visão partida de um campo que se ressent de obras que interpretem os complexos movimentos de constituição das práticas e dos processos comunicacionais no país.

Repetidas vezes as autoras deste capítulo enfatizaram que há diversas maneiras de se fazer história: pode-se considerar que traz a integralidade do passado para o presente, ou pode-se, ao contrário, apenas acreditar que é narrativa e interpretação possível. Isto não tira dela o seu caráter científico: ao ter a outorga para falar do passado, presume-se que a narrativa que produz seja o verdadeiro passado.

Essa expectativa de que a história revele o passado e o fato de o conhecimento histórico pressupor um pacto que permite ao historiador descrever situações que existiram antes de sua existência constroem a narrativa da história sem presunção de dúvidas para com o passado. O passado buscado e narrado pelo historiador será assim, mesmo que apenas verossímil, sempre o verdadeiro passado.

A cristalização das expectativas da história de acessar o passado mediante conectores fundamentais para ingressar nesse mundo aparentemente desconhecido e estranho, aquilo que Ricoeur (1997) denomina *representância*, implica uma relação do texto construído pelo pesquisador com o seu referente, ou seja, aquilo que utilizou para, em certa medida, dar luz ao passado. No caso do texto

histórico, o referente é o rastro que perdura sob a forma de vestígios; os conectores que dão acesso ao passado são, além dos rastros, a memória, definida por Ricoeur (1997) como o primeiro e mais importante testemunho da existência de um tempo que passou, e a sequência de gerações.

Mesmo na área de história há poucos trabalhos que tentam dar conta da história da comunicação em uma abordagem mais abrangente. O estudo de Asa Briggs e Peter Burke (Briggs e Burke, 2004) talvez seja o exemplo mais citado quando a temática é lembrada. No caso específico do Brasil, as obras de caráter mais geral se restringem ao estudo da história da imprensa (Sodré, 1966; Barbosa, 2007; 2010).

Mesmo meios importantes e objetos de inúmeros estudos, como é o caso da televisão, possuem poucos estudos históricos. Como já constatado anteriormente, estes oscilam entre o generalismo descritivo de fatos, o que faz com que se afaste dos processos históricos a serem interpretados, e o particularismo desenfreado, que centra a análise em aspectos pontuais, desconsiderando-se o contexto no qual os fenômenos históricos se produziram.

Em uma tentativa de avançar para além dessas análises restritas nos últimos anos, no caso da televisão, há o esforço de, pela reunião de reflexões de diversos pesquisadores, abordá-la como um processo contido em um tempo histórico, no qual o contexto fornece material indispensável para a compreensão do texto. Exemplar neste sentido é o livro organizado por Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), no qual, em um esforço de análise e contextualização, quatorze autores produziram a história da televisão no Brasil ao longo de suas quatro primeiras décadas.

Há nas abordagens de uma história dos meios de comunicação três paradigmas dominantes, considerando a Europa ou a América do Norte como centro da análise, como se os processos verificados na França, Inglaterra, Alemanha ou nos Estados Unidos pudessem ser transportados para lugares culturais totalmente diversos como é o caso do território brasileiro.

No primeiro grupo, destacam-se as abordagens que fazem da relação entre imprensa e política o eixo de análise, demarcando-se a instauração da imprensa moderna pelo encontro entre a Revolução Francesa e o jornalismo político. Nestas histórias, a escrita, assim como a impressão, é concebida como meio determinante da cultura ocidental, concepção que, a rigor, faz parte de um projeto iluminista e ilustrado. O marco fundamental é a invenção da imprensa, ruptura que inaugura um novo período de avanço político, graças ao papel que passa a ter na formulação e na amplificação das ideias. São exemplos desta abordagem as obras de Asa Briggs e Peter Burke (Briggs e Burke, 2004) e Elizabeth Eisenstein (Eisenstein, 1979).

As histórias culturais da comunicação, nas quais o aparecimento do folhetim, em 1840, concebido como um novo gênero de entretenimento destinado a um público de massa recentemente alfabetizado é o momento inaugural, demarcam o segundo paradigma. Este público leitor das publicações que inundariam as cidades europeias e norte-americanas seria o que anos mais tarde se tornaria ouvinte das novelas de rádio e o telespectador das telenovelas, ou seja, de todos os formatos que recuperam a matriz inaugural melodramática do folhetim escrito. Concebendo os meios de comunicação como indústria cultural e empresa comercial massiva, estas abordagens enfatizam a expansão do público leitor, a partir do instante em que os jornais, em um primeiro momento, passam a se construir como objeto de interesse para os setores populares. São exemplos de trabalhos que adotam esta perspectiva as pesquisas de Jean-Yves Mollier (Mollier, 2010) e Arlete Farge (Farge, 1992; 2003).

Finalmente, o terceiro tipo de abordagem enfatiza as transformações possibilitadas pelas tecnologias. Nesse caso, adotando a longa duração como ponto de partida das análises, estes estudos procuram relacionar as mudanças tecnológicas às transformações na percepção do sujeito histórico e social. Os momentos singulares são demarcados pela adoção de tecnologias, cujo primeiro momento se daria com a invenção da escrita. O surgimento da imprensa, no século XV, possibilitando a construção do pensamento linear e permitindo o abandono das “artes da memória” em favor de sua inscrição em suportes que poderiam ser impressos aos milhares, demarca o segundo momento de ruptura. Os estudos de Harold Innis (Innis, 1951) e de Marshall McLuhan (McLuhan, 1962) são inspiradores de diversos trabalhos que, a partir destas abordagens fundadoras, procuram construir uma história da comunicação na longa duração.

Essas três perspectivas de análise referem-se a contextos profundamente diferentes e não permitem uma interpretação válida para o território brasileiro. No Brasil não houve política de massificação educacional, nem letramento em larga escala, tampouco razão iluminista. Os liberalismos brasileiros foram muitos e sempre adaptados ao sabor de interesses particulares. Passou-se da oralidade primária para a secundária sem se passar pelo letramento. A maioria da população brasileira continua imersa em práticas orais.

A sociedade brasileira é oralizada e a história da comunicação no Brasil é a compreensão deste universo de práticas culturais dos modos orais de comunicação, que foram se transformando na longa duração. Do burburinho das ladeiras e ruelas do século XVIII, que causava aflição aos ouvidos e aos sentidos dos europeus, ao som que acompanha os transeuntes das cidades modernas que insistem em falar em voz alta nos telefones celulares, construindo novos burburinhos urbanos, há uma linha de continuidade. Sem se ater ao letramento, o Brasil pas-

sou da oralidade primária à secundária, no sentido empregado por Walter Ong (Ong, 1998). Nem por isso é uma sociedade inferior. A visão do logos como pertencendo a um mundo mais denso e de maior reconhecimento é também um projeto do iluminismo como um negócio rentável para os europeus.

5 CONCLUSÃO

A história da comunicação em território brasileiro interpretando as práticas humanas de comunicação e destacando o aparecimento de novas mídias como um longo processo cultural que produz representações de um mundo em permanente transformação só será escrita quando se puder passar dos particularismos às generalizações.

O pressuposto central é a produção de uma obra de síntese que possa se valer das centenas de pesquisas que foram e vêm sendo realizadas de maneira esparsa por diversos pesquisadores que, nas últimas décadas, se ocuparam em estudar aspectos inerentes à historicidade dos meios de comunicação no Brasil.

Só é possível a construção de obras de síntese sobre a história da comunicação se forem levadas em conta as especificidades dos contextos em que ela se desenvolve. Uma obra que pretenda sintetizar o complexo processo das práticas históricas em contextos particulares, paradoxalmente, deve caminhar em direção às generalizações, gesto fundamental na interpretação histórica.

Uma história dos meios de comunicação pode, além disso, em vez de considerar exclusivamente as materialidades dos meios e as gramáticas oriundas de suas práticas, enfatizar as ações humanas envolvidas nas práticas de comunicação. A história da comunicação pode ser uma história das ações comunicacionais humanas. O processo comunicacional ao longo de séculos em um universo cultural específico e em um território repleto de particularidades denominado Brasil; o estabelecimento de trocas comunicacionais; o mundo em que estas trocas ocorrem; e a percepção sobre os sistemas comunicacionais são questões-chave para distinguir e articular os diferentes tempos de uma narrativa que pretenda interpretar uma história da comunicação no Brasil.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, O. A. **O riso na mídia**: o barão de Itararé e seus almanaques – os almanaques do jornal a Manhã. Orientado por Jerusa de Carvalho Pires Ferreira. 2006. Tese (Doutorado) – Universidade Católica de São Paulo, Comunicação e Semiótica, São Paulo, 2006. 230 p.
- AMORIM, C. R. T. C. **Jornal Pessoal**: uma metalinguagem jornalística na Amazônia. 2008. Tese (Doutorado) – Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. 282 p.

ARRUDA, L. P. **Nabantino Ramos** – o modernizador das folhas. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2007. 189 p.

AVANZA, M. F. **Danton Jobim, o mediador de duas culturas**: por uma pedagogia do jornalismo. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. 224 p.

BARBOSA, M.; RIBEIRO, A. P. G. **Combates por uma história da mídia no Brasil**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 32., Curitiba: Intercom, 2009. CD-ROM.

_____. **Por uma história do jornalismo no Brasil**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro: Intercom, 2005. CD-ROM.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa** – Brasil (1900-2000). Rio de Janeiro: MAUADX, 2007.

_____. **História cultural da imprensa** – Brasil (1800-1900). Rio de Janeiro: MAUADX, 2010.

BASSO, E. F. C. **Revista senhor**: modernidade e cultura na imprensa brasileira. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2005. 239 p.

BATISTA, M. M. **A nova imprensa popular brasileira**: um estudo sobre os novos jornais populares do Brasil. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. 190 p.

BECKER, G. **A construção da imagem da prostituição e da moralidade em Porto Alegre pelo jornal Gazetinha**: uma análise dos códigos sociais segundo a hipótese de agendamento (1895-1897). 2007. Tese (Doutorado) – Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007. 208 p.

BODSTEIN, C. L. F. **Fotojornalismo e ficcionalidade no cotidiano**. 2006. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006. 267 p.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **História social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITO, H. L. O. **O jornalismo de economia e a reinvenção do Brasil no final do século XX**. 2009. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009. 424 p.

CASTILHO, M. S. **Patrimônio dos próprios jornalistas**: o Prêmio Esso, a identidade profissional e as relações entre imprensa e Estado (1964-1978). Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. 340 p.

CASTRO, S. R. R. **Fotojornalismo: a construção da imagem de Roseana Sarney na imprensa maranhense (1995-2002)**. 2004. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2004. 123 p.

COSTA, C. H. **Escritores jornalistas no Brasil – 1904/2004**. 2004. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. 288 p.

COSTA, C. R. **A revista no Brasil, o século XIX**. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. 292 p.

EISENSTEIN, E. **The printing press as an agent of change**. Communications and cultural transformations in early modern Europe. New York: Cambridge University Press, 1979.

FARGE, A. **Le bracté de parchemin: l'écrit sur soi au XVIIIe siècle**. Paris: Bayard, 2003.

_____. **Dire et mal dire: l'opinion publique au XVIIIe siècle**. Paris: Seuil, 1992.

FERNANDES, M. L. **República de penas e espadas: o discurso da imprensa republicana catarinense (1885-1889)**. Tese (Doutorado) – Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007. 263 p.

FERREIRA, S. V. **Do testemunhal ao virtual: 40 anos de fotojornalismo carioca**. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002. 300 p.

GENTILLI, V. I. **Sistema mediático e crise do jornalismo: dos anos 50 à decadência posterior a 80**. 2003. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003. 228 p.

HIME, G. V. V. C. **Página feminina: o ponto de encontro da mulher moderna. Estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano "A gazeta (1929-1943)"**. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2002. 378 p.

INNIS, H. **The bias of communication**. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

MADIO, T. C. C. **A fotografia na imprensa diária paulista nas primeiras décadas do século XX: o Estado de S. Paulo**. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. 238 p.

MATHEUS, L. C. **Comunicação, tempo, história: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos**. 2010. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2010. 268 p.

MCLUHAN, M. **The Gutenberg galaxy: the making of typographic man**. Toronto: University of Toronto Press, 1962.

MENDES, J. F. **O silêncio das gerais: o nascimento tardio e a lenta consolidação dos jornais mineiros.** 2007. Tese (Doutorado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2007. 212 p.

MENDES, R. B. **Pompeu de Sousa, o jornalista que mudou o jornalismo brasileiro.** 2006. Tese (Doutorado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2006. 339 p.

MESSAGI JÚNIOR, M. **O texto jornalístico no centro de uma revisão da história da imprensa no Brasil.** 2009. Tese (Doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2009. 274 p.

MILLS, C. W. **A imaginação sociológica.** Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MOLLIER, J.-Y. **O dinheiro e as letras: história do capitalismo editorial.** São Paulo: Editora da USP, 2010.

MOTTA, F. R. P. I. **Literatura, fatalidade e história: o jornalismo engajado de José do Patrocínio (1877-1905).** 2008. Tese (Doutorado) – Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. 177 p.

OLIVEIRA, C. F. S. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001).** 2011. Tese (Doutorado) – Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2011. 391 p.

ONG, W. **Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra.** Campinas: Papirus, 1998.

PASSOS, M. R. G. **Povo, massas e multidões nos contratos de comunicação do jornal Última Hora.** 2009. Tese (Doutorado) – Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. 257 p.

POMAR, P. E. R. **Comunicação, cultura de esquerda e contra-hegemonia: o Jornal hoje (1945-1952).** 2006. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. 192 p.

RIBEIRO, A. P. G. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, M.; PEREIRA, C. A. M. (Orgs.). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade.** Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

_____. **A história da imprensa no Brasil: um balanço teórico e metodológico.** In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6., 2008, Niterói.

RIBEIRO, A. P. G.; HERSCHMANN, M. História da comunicação no Brasil: um campo em construção. In: _____. (Org.). **Comunicação e história: interfaces e novas abordagens.** 1. ed. Rio de Janeiro: MAUADX, 2008. p. 13-26.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org.). **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

RICOEUR, P. **Tempo e narrativa**. Campinas: Papirus, 1997. v. 3.

ROSA, M. E. **Os sentidos pluralistas do cotidiano da cultura nas reportagens da revista Realidade nos anos de 1966 a 1968**. 2006. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. 216 p.

SARLO, B. **Tempo presente**: notas sobre a mudança de uma cultura. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.

SILVA, D. R. **Jornalismo e história**: o jornalista como historiador do presente. 2011. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011. 214 p.

SILVA, S. L. **Prata da casa**: fotógrafos e fotografia (1950-1960). 2009. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2009. 338 p.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo; Porto Alegre: Intercom; EDIPUCRS, 2011.

VELOSO, M. S. F. **Imprensa, poder e contra-hegemonia na Amazônia**: 20 anos do Jornal pessoal (1987-2007). 2008. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. 318 p.

EDUCOMUNICAÇÃO: AS MÚLTIPLAS TRADIÇÕES DE UM CAMPO EMERGENTE DE INTERVENÇÃO SOCIAL NA EUROPA, ESTADOS UNIDOS E AMÉRICA LATINA

Ismar de Oliveira Soares*

1 INTRODUÇÃO

Compreende-se a educomunicação como um paradigma na interface comunicação/educação que busca orientar e dar sustentação ao conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, assim como programas e produtos de comunicação destinados a: *i)* debater as condições de relacionamento dos sujeitos sociais com o sistema midiático, no contexto da sociedade da informação, promovendo critérios de análise dos sistemas de meios de informação, assim como metodologias de utilização dos recursos tecnológicos em função da prática da educação para a cidadania; *ii)* promover e fortalecer ecossistemas comunicativos de convivência – abertos e participativos – nos espaços educativos garantidos pela gestão democrática dos processos de comunicação; e *iii)* ampliar o potencial comunicativo dos indivíduos e grupos humanos. Nesta perspectiva, o conceito aplica-se tanto ao exercício de uma observação atenta sobre a presença dos sistemas de meios de comunicação em uma sociedade em mudanças, promovendo sua leitura e uso (proximidade com o conceito de “educação para os meios”), quanto ao pleno exercício da liberdade de expressão dos sujeitos sociais em inter-relação nos diferentes espaços educativos (proximidade com a prática da “gestão de processos comunicativos”). Este trabalho discute a formação deste conceito e sua especificidade frente às múltiplas tradições em torno da educação para a comunicação, tendo como base a Europa, Estados Unidos e América Latina.

2 UM CONCEITO EM BUSCA DE UM DICIONÁRIO

O termo educomunicação ainda não está presente em dicionários da língua portuguesa, mas é forte o suficiente tanto para motivar pesquisadores a discutirem seu sentido, quanto para encorajar as políticas públicas a definirem diretrizes sobre sua aplicação.

*Coordenador da licenciatura em educomunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP); coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE/USP); pesquisador e docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP; jornalista responsável pela revista *Comunicação & Educação* do Departamento de Comunicação e Artes (CCA) do NCE/USP, Edições Paulinas; supervisor do curso de especialização a distância Mídias na Educação (Ministério da Educação – MEC; Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; NCE/USP).

Em 2007, o Ministério da Educação (MEC) decidiu, por exemplo, incentivar o ensino integral, especialmente junto às escolas com baixos índices de aprendizagem, oferecendo suporte técnico e financeiro para a inclusão no cotidiano do ensino, especialmente no período contraturno, de práticas interdisciplinares relacionadas a dez áreas ou macrocampos, são eles: acompanhamento pedagógico, meio ambiente, esporte e lazer, direitos humanos em educação, cultura e artes, cultura digital, promoção da saúde, investigação no campo das ciências da natureza, educação econômica e educomunicação. Esta é a essência do Programa Mais Educação.¹

A designação desse último macrocampo havia sido sugerida ao MEC pela assessoria oferecida ao governo, na época, pela Rede de Comunicação, Educação e Participação (Rede CEP),² entidade que reúne organizações não governamentais (ONGs) dedicadas à implementação de projetos centrados na relação entre mídia e infância. Especificamente, este macrocampo destinava-se a favorecer a aquisição de equipamentos indispensáveis à produção cultural por meio de recursos como o jornal, o rádio, as histórias em quadrinhos, a fotografia e o vídeo. Tal especificidade de propósitos levou o governo a rever, em 2010, o título do macrocampo,³ adotando uma expressão mais facilmente inteligível por parte dos gestores locais: comunicação e uso de mídias. Uma designação mais apropriada, levando em conta que o termo educomunicação compreenderia, em seu bojo, no mínimo, duas outras áreas, como cultura e artes e cultura digital. Apesar da mudança na nomenclatura, o manual disponibilizado em 2007, elaborado basicamente pela assessoria da Rede CEP, manteve-se o mesmo, mudando apenas o título do macrocampo.⁴ Em 2012, o programa já atinge aproximadamente quinhentos municípios com mais de 90 mil habitantes, beneficiando 5 milhões de alunos em todo o país, dos quais mais de 1 milhão têm acesso a algum dos equipamentos de comunicação disponibilizados pelo sistema. O problema do programa é contar com poucos docentes minimamente preparados para o manejo de tais recursos.⁵

1. Mais informações disponíveis no portal MEC: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/passoapasso_maiseducacao.pdf>. Acesso em: fev. 2012.

2. Disponível em: <www.redecep.org.br>. Acesso em: fev. 2012.

3. Para muitos gestores federais, a inexistência do neologismo educomunicação nos tradicionais dicionários da língua portuguesa tornava desaconselhável seu uso em diplomas legais. Por seu turno, os educadores entenderam a justeza da medida, levando em conta a exigência do paradigma comunicativo de contar, em projeto desta natureza, com gestores escolares, professores e estudantes devidamente preparados para uma gestão democrática e compartilhada destas tecnologias, para evitar que um uso tecnicista destes instrumentos viesse a reforçar procedimentos incompatíveis com a teoria da educação. Quanto ao dicionário, já se tem um verbete disponível. Trata-se de *edukomunikazione*, que se produziu ainda em 2002, especialmente para *La comunicazione, il dizionario di scienze e tecniche* (Roma, Elledici/RaiEri, 2002, p. 418-421).

4. A segunda parte do caderno, intitulada *A educomunicação no Programa Mais Educação*, apresenta o conceito como uma proposta interdisciplinar que articula dois campos de saberes – educação e comunicação – como resposta aos desafios da mediação. Para o programa federal, “a educomunicação tem como ponto fundamental a participação ativa de professores e alunos na chamada sociedade da informação”. Uma versão do manual em PDF pode ser encontrada no Google, buscando-se por “Macrocampo comunicação e uso de mídias”.

5. A formação de docentes para fazer uso adequado das novas ferramentas nas escolas públicas fica, por enquanto, por conta do curso a distância Mídias na Educação, cuja abrangência é limitada frente às necessidades que o projeto Mais Educação está criando. É importante lembrar que o curso, em vigor desde 2006, também trabalha com o conceito da educomunicação nos módulos relacionados à linguagem radiofônica, produzidos em uma parceria entre o NCE/USP e o Centro de Educação a Distância da UFPE (CEAD-UFPE). Os módulos podem ser acessados no portal do MEC: <http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=681&id=12333&option=com_content&view=article> ou no blog do NCE/USP: <<http://midiaseducacao.blogspot.com/>>.

Enquanto isso, em São Paulo, justamente para atender solicitação de docentes da rede pública que receberam formação inicial em educomunicação (Projeto Educom rádio, 2001-2004, implementado pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE/USP), uma portaria do secretário de Educação foi editada, em 2009, estabelecendo as modalidades de uso de recursos financeiros públicos para que ficasse assegurada a continuidade da formação dos professores e a implementação de ações na área, logo, em todas as escolas do município.

Os dois episódios demonstram que, entre os anos finais da década de 1990 – quando o NCE/USP, após identificar a prática educacional nas ações do movimento popular – e o início da segunda década do século XXI, o termo educomunicação havia deixado, paulatinamente, o âmbito da academia para converter-se em tema de debate, com adesões e rejeições, certezas e dúvidas, até mesmo na esfera de políticas públicas, regionais e nacionais.

3 OITENTA TESES E UM DEBATE NA EUROPA

No mesmo período, os centros de pós-graduação deram continuidade às suas pesquisas, consultorias e reflexões. O banco de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) registrava, por exemplo, no final de 2010, um total de oitenta títulos centrados no assunto, em todo o país, produzidos a partir de 1998, sendo que 37 deles tiveram sua origem no programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da USP.⁶ Já no âmbito do ensino de graduação, a primeira década do século XXI chegava ao fim com a instalação de dois cursos sobre a educomunicação em universidades públicas,⁷ apontando para o reconhecimento da emergência de uma nova prática profissional por parte do mercado.

Em termos internacionais, a organização The Alliance of Civilizations Clearing house on Media Literacy, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), busca entender a natureza do conceito, em sua relação com o tema dos direitos humanos e em sua possível contribuição para a promoção de uma cultura de paz, como comprova debate realizado em agosto de 2009, envolvendo duas importantes lideranças: uma acadêmica, na figura de Roberto Aparici, da Universidade Nacional de Educação a Distância de Madri, coordenador do livro *Educomunicación, más allá del 2.0* (2010); e outra política, representada pelo americano Jordi Torrent, coordenador da área de *media education* da própria Aliança

6. Ver banco de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Disponível em: <www.capes.gov.br>.

7. São eles: a licenciatura em educomunicação, na ECA/USP, aprovada pelo Conselho Universitário em novembro de 2009 e instalada em fevereiro de 2011, e o bacharelado em comunicação, com habilitação em educomunicação, na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Paraíba, aprovado e instalado em 2010.

das Civilizações das Nações Unidas, em nível internacional.⁸ Ao longo do diálogo acadêmico, o conceito é definido como uma prática específica, com origem na América Latina, e que se diferencia das vivenciadas em outras partes do mundo a partir do conceito de *media literacy*.⁹ Neste mesmo sentido de busca, europeus e latino-americanos reuniram-se em Segóvia, Espanha, em outubro de 2011, em um seminário que teve entre seus temas centrais a contribuição da América Latina para o surgimento e consolidação do pensamento educomunicativo.¹⁰

Passados doze anos da pesquisa inicial do NCE/USP, o termo em questão ganha o mérito de mobilizar inteligências e lideranças regionais, nacionais e até mesmo internacionais em busca do entendimento da hipótese lançada em 1999: um novo campo de intervenção social já havia se formado na interface entre a comunicação e a educação a partir da herança cultural da América Latina pela liberdade da palavra e da expressão.

Antes, contudo, de avançar na análise da educomunicação, no que diz respeito a seu campo potencial, e levando em conta as múltiplas origens deste conceito, um olhar – ainda que panorâmico – sobre o tratamento historicamente dado à relação comunicação-educação, sob o ponto de vista dos processos de recepção ativa e crítica da mídia, torna-se indispensável.

4 RECONSTRUINDO O PERCURSO: A MEDIA EDUCATION NA EUROPA

Os legados europeus no campo da relação comunicação-educação apontam para uma rica contribuição de pessoas, como Célestin Freinet, e de instituições, como a Unesco, que marcaram épocas e tendências. No momento, o velho continente se

8. Disponível em: <http://www.aocmedialiteracy.org/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=24> e <http://www.aocmedialiteracy.org/index.php?option=com_content&task=view&id=87&Itemid=31>. Acesso em: fev. 2012.

9. No debate, Roberto Aparici define o conceito a partir da perspectiva latino-americana. Fazendo referência à contribuição de pesquisador britânico, afirmava: “A educomunicação é uma área de conhecimento relacionada à liberdade de conhecer, compreender e expressar-se de várias maneiras. Assim como a alfabetização era uma prioridade de leitura e escrita, e ainda é em muitas regiões do planeta, nos últimos anos, as tecnologias da informação e da comunicação têm definido novos direitos aos quais todos os setores da população devem ter acesso. Juntamente com o tema dos direitos humanos relacionados com a educomunicação, devemos mencionar a necessidade de uma formação baseada na solidariedade crítica. Neste sentido, Robert Ferguson disse que ‘a solidariedade crítica é um meio pelo qual nós reconhecemos as dimensões sociais do nosso pensamento. É também um meio pelo qual desenvolvemos nossas habilidades analíticas e autonomias relativas.’ Concordo com Ferguson quando ele afirma que ‘o futuro da educomunicação tem que seguir o caminho da solidariedade crítica ou ele vai acabar em um dos muitos becos sem saída’. ‘Para o conceito de solidariedade crítica se tornar viável’, diz Ferguson, ‘precisamos trabalhar no desenvolvimento de uma pedagogia relevante e realizável’”. (“*Educommunication is an area of knowledge that is linked to the freedom to know, understand and express oneself in multiple ways. Just as literacy was a priority of reading and writing, and still is in many regions of the planet, in the last few years the information and communication technologies have been defining new rights to which all sectors of the population must have access to. Together with the topic of human rights related to educommunication, we must mention the need for a formation based on critical solidarity. In this sense, Robert Ferguson said that “Critical solidarity is a means by which we recognize the social dimensions of our thought. It is also a means through which we develop our analytical skills and relative autonomies.” I share Ferguson’s view when he states that “the future of educommunication has to follow the path of critical solidarity or it will end up in one of many blind alleys.” For the concept of critical solidarity to become feasible, Ferguson says, we need to work on the development of a relevant and realizable pedagogy*”).

10. Para mais informações, visite o portal. Disponível em: <<http://www.educacionmediatica.es/congreso2011/>>. Acesso em: fev. 2012.

abre a um novo ciclo de projetos na área ao propor que a alfabetização midiática seja levada a todos os seus cidadãos, como ficou decidido em Bruxelas, Bélgica, em dezembro de 2010, a partir de convênio assinado por representantes da própria Comunidade Europeia (Di Mele, 2011, p. 117-121).

4.1 A influência das igrejas cristãs

Inicialmente, cabe lembrar o importante papel exercido pela Igreja Católica, a partir de Roma, com o incentivo dado pelo Papa Pio XI, na década de 1930, à produção e difusão cinematográfica, exigindo que cada escola ou paróquia católica disponibilizasse um salão exibidor de filmes (Soares, 1988b, p. 123). A ação propiciou a expansão da prática de cineclubismo como exercício de leitura crítica da mídia em todo o mundo. A contribuição da Igreja Católica associou-se, neste início, à vertente moral de abordagem da educação midiática. O cuidado com os possíveis malefícios das mensagens cinematográficas justificava, por exemplo, a prática da classificação moral dos espetáculos, sustentada na teoria dos efeitos, pela qual o sistema educativo atribuía grande poder manipulatório aos meios de informação na difusão de suas mensagens.

Em 1970, a Igreja mudou sua abordagem em relação à comunicação social – mérito do documento *Inter mirifica* do Concílio Vaticano II, encerrado em 1965 – propondo, por meio da encíclica *Communio et progressio*, de Paulo VI, um programa construtivista e colaborativo aos colégios católicos, pois sugeria que caberia aos próprios jovens o esforço de se educarem mutuamente em suas relações com os meios de comunicação (Soares, 1988a, p. 130). A proposta teve à época pouca audiência entre os educadores, mobilizando mais os estudiosos da comunicação. No mundo evangélico, devem ser registrados os esforços da World Association for Christian Communication (WACC), com sede em Londres, no apoio a projetos de *media education* na Europa, Ásia e América Latina.

A partir dos anos 2000, é possível encontrar nas fileiras da igreja opções claras pela educomunicação. Testemunha o fato a mobilização da rede mundial e brasileira de escolas salesianas pelo novo conceito a partir de Roma (IFMA, 2008; RSE, 2010).

4.2 A contribuição da Inglaterra

Das experiências inglesas, destacam-se três movimentos: um primeiro, com o pioneirismo do programa mais antigo na área das políticas públicas voltadas à educação para os meios. Trata-se do projeto de análise de filmes, patrocinado a partir dos anos 1930 pela British Film Institute (BFI), dando início ao exercício da análise sistemática do cinema como conteúdo cultural de interesse para a educação.

Um segundo movimento foi representado pela corrente teórica denominada de estudos culturais. Releva-se que, neste contexto, a contribuição de Raymond

Williams, especialmente a partir de seu livro *The long revolution* (1965), que rompe com a tradição literária que coloca a cultura fora da sociedade, partindo da concepção de que ela é um processo sócio-histórico que cria e assimila sentidos. No espaço da cultura, situa-se a presença dos sistemas dos meios de comunicação e a consequente reflexão sobre o papel das audiências. Quem se ocupa deste último tema é seu discípulo Stuart Hall, que entende a audiência, simultaneamente, como receptora e como fonte da mensagem. A partir daí, fortaleceu-se o ponto de vista que reconhece um papel ativo para o receptor como construtor do sentido do que se veicula no processo comunicacional. Trata-se, na verdade, da passagem de uma teoria fundada no pensamento moral ou na perspectiva da produção técnica, centrada, ambas nos meios e em seus conteúdos, para uma reflexão articulada das relações de comunicação. Os fundamentos da corrente dos estudos culturais são trabalhados, na América Latina, por pensadores como Jesús Martín-Barbero e Néstor Cancline, encontrando grande repercussão nas práticas de educação para os meios, dando, finalmente, sustentação teórica ao conceito de educomunicação já no final dos anos 1990.

O terceiro movimento com origem na Inglaterra é representado pela renovação da pedagogia da *media education* a partir das pesquisas e publicações de Len Masterman, que defende um processo de educação continuada, visando não apenas uma inteligência crítica, mas sobretudo uma autonomia crítica – para fora da sala de aula, para o futuro, para a vida. Masterman enfatiza, em seus escritos, a educação política, levando em conta que, em uma democracia, a maioria das decisões são tomadas com base na presença dos meios e sua influência sobre os cidadãos e eleitores. Para ele, a educação para os meios deve ser avaliada em termos da redistribuição política e social do poder. É importante lembrar que, no campo metodológico, o pesquisador inglês apoia-se no enfoque filosófico de Paulo Freire, valorizando o diálogo, a reflexão e a ação, entendidos de uma forma dialética. Outro pesquisador que tem marcado o pensamento britânico no campo é Robert Ferguson, professor do Instituto de Educação da Universidade de Londres, autor de numerosos ensaios sobre multiculturalismo e educação para os meios.

4.3 A contribuição francesa

Uma experiência notável e inspiradora nesse campo veio da França, com o projeto de produção do jornal escolar, sob a liderança de Célestin Freinet, projeto este revolucionário para a época (Sobreiro, 2006). Ainda na França, o campo da educação frente aos meios ganhou representatividade a partir do trabalho de A. Vallet, criador do Institut du Langage Total, vinculado à Universidade Católica de Lyon (St. Etienne),¹¹ alcançando repercussão na América Latina por meio da

11. Texto original do livro de Vallet, intitulado *Communication et société*, disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000570/057051fb.pdf>>. Acesso em: fev. 2012.

obra de Francisco Gutiérrez, da Costa Rica, em seu livro *Linguagem total*. Posteriormente, o Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information (Clemi), órgão do Ministério da Educação,¹² assumiu papel de liderança neste processo mediante estudos e assessorias para a formação de docentes dedicados à prática da educação frente aos meios que, a partir de 2007, tornaram-se obrigatórios nos programas de ensino de todas as escolas do país. O Brasil tem sido beneficiado pela presença frequente de Jevenière Jacquinot, professora da Sorbonne, para quem o educador é o novo profissional necessário à educação do século XXI.¹³

4.4 A contribuição da Espanha

Na Espanha, destacam-se, nesta mobilização, as iniciativas da Universidad Complutense e da Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), ambas de Madri, e da Universidad Autónoma de Barcelona, por meio de seus programas, em nível de graduação e de pós-graduação, destinados à formação de *profesores en medios*, beneficiando, inclusive, muitos latino-americanos. Ficaram internacionalmente conhecidos os congressos sobre pedagogia da imagem, ocorridos em La Coruña, Galícia, ao longo dos anos 1990, com o esforço no sentido de se promover uma aproximação entre os promotores da *media education* no mundo anglo-saxão e os promotores da *educación en medios* do mundo latino. A revista *Comunicar* de Huelva, na Andaluzia, vem sendo distribuída para todo o país e para o exterior, relatando as reflexões e as experiências do “coletivo andaluz para a educação em meios de comunicação”. Artigos sobre educomunicação são encontrados nesta revista, produzidos tanto por europeus quanto por latino-americanos.

Coube a Roberto Aparici trabalhar o conceito por meio da publicação de uma obra coletiva com artigos de especialistas do mundo ibero-americano, intitulada *Educomunicación, más allá del 2.0* (Gedisa, 2010). O último grande evento do campo foi o Congresso Internacional sobre Educação Midiática, ocorrido em Segóvia, incluindo em sua programação debates com lideranças latino-americanas da área, como Daniel Prieto (Argentina), Guilherme Orozco (México), Teresa Quiroz (Peru), Adilson Citelli e Ismar de Oliveira Soares (Brasil).

4.5 A contribuição da Unesco

A partir do acúmulo das experiências internacionais, a Unesco passou a reunir, a partir dos anos 1970, especialistas e representantes de governos com o fim de estudar as relações entre os mundos da educação e da comunicação. O resultado deste esforço foi a publicação de documentos, como *A educação em matéria de comunicação*,

12. Disponível em: <<http://www.clemi.org/>>. Acesso em: fev. 2012.

13. Jacquinot foi uma dos 176 especialistas que tomaram parte do I Congresso Internacional sobre Comunicação e Educação organizado em São Paulo pelo NCE/USP, em 1998. Ver o *paper* por ela apresentado sobre a figura e o papel do educador no endereço: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/11.pdf>>. Acesso em: fev. 2012.

considerado como referência fundamental para as políticas de disseminação de projetos na interface, em nível internacional. Para muitos, o mais importante dos documentos da Unesco, neste período, foi a declaração que se seguiu ao Simpósio Internacional sobre a Educação para os Meios, ocorrido em Grunwald, Alemanha, em 1982, com participação de representantes de dezenove países.¹⁴ A educação para os meios foi definida, a partir de então, como uma prática pedagógica voltada ao desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes capazes de estimular o crescimento de uma consciência crítica e, conseqüentemente, de uma maior competência dos usuários dos meios eletrônicos e impressos. Outra importante reunião, também apoiada pela Unesco, foi celebrada, em Toulouse, França, em 1990 (Devadoss, 2006).¹⁵ A contribuição da Unesco chegou a outros continentes, como ocorreu na América Latina, onde apoiou a realização de uma série de seminários, entre os anos 1980 e 1990, que discutiram impacto da herança cultural das lutas em torno do direito de expressão sobre as perspectivas latino-americanas de formação crítica frente aos meios (Miranda, 1992), evidenciando o distanciamento teórico-metodológico que se formava entre os promotores da educação para a comunicação no continente e os *media educators* da Europa e Estados Unidos.

4.6 Nordicom, a contribuição da Suécia

Desde 1998, a instituição The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, vinculada à Universidade de Göteborg, Suécia, vem produzindo estudos periódicos sobre a relação entre infância, juventude e mídia, publicados com o apoio da Unesco e sob o selo Nordicom – Nordic Information Centre for Media and Communication Research. Uma comparação entre o título da primeira publicação, *Children and media violence* (1998), e os títulos de três outras, entre as últimas *Empowerment through media education, an intercultural dialogue* (2008), *youth engaging with the word: media, communication and social change* (2009) e *Young people ICTs and democracy* (2010), aponta para uma mudança de perspectiva no cenário da *media education* internacional, observando-se uma significativa passagem da preocupação com o impacto negativo dos meios para uma perspectiva voltada para o sujeito social ativo frente ao mundo das comunicações sociais.¹⁶

14. Para mais informações sobre o tema, visite o portal da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Disponível em: <http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF>. Acesso em: fev. 2012.

15. O pesquisador indiano Joseph Sagayaraj Devadoss desenvolveu tese de doutorado, pela Universidade Pontifícia Salesiana de Roma, tomando como objeto os cinco eventos internacionais que ofereceram maior contribuição para o estudo da *media education* no mundo entre 1990 e 2000. Três deles foram promovidos com a colaboração direta da Unesco: o primeiro foi justamente o congresso de Toulouse, de julho de 1990, com o tema *New Directions in Media Education*; o segundo foi o congresso de La Coruña, Espanha, *Pedagogics of Representation*, em julho de 1995; e o terceiro, o congresso de Paris, de abril de 1997, sob o título *The Young People and the Media Tomorrow*. Os dois outros reportados foram o I Congresso Internacional sobre Comunicação e Educação, organizado em São Paulo pelo NCE/USP, em 1998, com o nome *Multimedia and Education in a Globalized World*, e o congresso de Toronto, no Canadá, intitulado *Children, Youth and the Media beyond the Millennium*.

16. Participou-se, em 1999, deste esforço intelectual pela busca por novos parâmetros de análise, com artigo, em livro editado por Cecilia Von Feilitzen e Ulla Carlsson, intitulado *Children and media: image, education, participation* (Soares, 1999b, p. 229-242).

4.7 A mobilização na Itália

Nas duas últimas décadas, na Itália, o tema tem sido objeto de pesquisas e de articulações por parte de especialistas como Roberto Gianatelli, da Universidade Pontifícia Salesiana, de Roma, e de Pier Cesare Rivoltella, da Universidade Católica de Milão. Juntos, seguindo a linha de trabalho do britânico Len Masterman, contribuíram para criar a Associação Italiana de Educação para os Meios (MED), que, além de promover eventos formativos, publica a revista *Media education, studi, ricerche, buone pratiche*.

Em 2005, organizou-se em Roma, sob os auspícios da Unión Catholique International e de la Presse (UCIP), um seminário sobre o tema da educomunicação. Em 2010, a estudante italiana Isabella Bruni, filiada à MED, publicou o livro *L'educomunicazione brasiliana sulle onde della radio: analisi di caso*, socializando junto aos especialistas italianos da área da *media education* sua pesquisa sobre a prática educocomunicativa em São Paulo. Para ela, o diferencial da educomunicação em relação ao conceito de educação para os meios em vigência na Europa está no fato de se privilegiar, no caso brasileiro, o campo da gestão comunicativa dos espaços educativos.

5 ESTADOS UNIDOS: MEDIA LITERACY

Nos Estados Unidos, a área dos estudos de recepção é, na verdade, muito rica em detalhes reveladores dos embates culturais em que o país viveu mergulhado nos últimos quarenta anos. Se percorrer este período, para não ir muito longe na história, verificam-se três grandes momentos ou fases: a fase defensiva, de caráter psicomoral ou *deficit model*, nos anos 1970; a fase de embotamento e de desautorização dos programas na área, nos anos 1980; e, finalmente, a fase de retomada, de caráter socioconstrutivista ou *acquisition model*, a partir dos anos 1990.

5.1 Deficit model

A fase defensiva, de postura psicomoral, caracterizou-se basicamente pela adoção de um modelo de proteção dos receptores contra os efeitos nefastos dos meios. O modelo, ainda presente e atuante, justifica-se por meio de assertivas como: “a televisão é responsável pelo bloqueio das habilidades relativas à leitura, reduzindo a capacidade de atenção dos estudantes” ou “o ato de ver televisão causa aumento da agressividade dos telespectadores”.

Segundo Kathleen Tyner, autora de *Alfabetização em um mundo digital* (1998), o que motivou o envolvimento do sistema educacional em projetos desta natureza foram os resultados das pesquisas que apontavam para o aumento da violência na sociedade, supostamente causada pelos meios de comunicação. Mas as pesquisas feitas com os telespectadores não levaram em conta outros aspectos

peculiares à cultura da violência nos Estados Unidos, tais como o fácil acesso às armas, o racismo e o sexismo institucionalizados, entre outros. Por conseguinte, os textos e outros materiais patrocinados pelo U. S. Office of Education (Usoe), centrados apenas na tevê, excluía o contexto histórico, cultural e econômico das representações da mídia (Tyner, 1998, p. 136). Tais perspectivas já haviam sido questionadas desde o final dos anos 1960, por especialistas de países como a Inglaterra, a Austrália e o Canadá, tendo, no caso da Inglaterra, sido substituídas pelas reflexões em torno dos estudos culturais.¹⁷

Nos anos 1980, o movimento de leitura crítica da mídia na perspectiva do *deficit model* perdeu importância. A grande causa foi a desautorização política provocada, especialmente, pela campanha contra o movimento, desenvolvida pelo Partido Republicano, que dominou a vida americana nos anos 1980. Como consequência, foram eliminadas as volumosas verbas destinadas às pesquisas e aos programas educativos nesta área em todo o país.

Nos anos 1990, com a popularização do vídeo e o advento da internet, a análise dos meios de comunicação como prática educativa ganhou novo alento, já sob um paradigma mais aberto de exploração, análise e produção de mensagens por parte dos estudantes. Outra causa da franca ascensão do movimento foi a reforma educacional americana, que deu maior flexibilidade e independência aos professores, permitindo aos mais criativos desenvolverem experiências na área. Não se pode negar, contudo, que o aumento da violência, envolvendo crianças e adolescentes no espaço dos próprios estabelecimentos educativos (o caso Columbine)¹⁸ acabou por reforçar as suspeitas de que os meios de comunicação, e agora, a internet, mantinham sua posição como o mais importante fator indutivo de comportamentos inadequados.

De acordo com David Considine, da Appalachian State University, os anos 1990 assistiram a um verdadeiro renascer do movimento em torno do estudo da mídia (Considine, 1987, p. 251). Renée Hobbs recorda que foi no início desses anos que especialistas de todo o país, reunidos no Aspen Institute, Colorado, definiram a *media literacy* como a habilidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens em uma ampla variedade de formas (*“ability to access, analyze, evaluate, and communicate messages in a wide variety of forms”*) ampliando, pela introdução da perspectiva do uso dos recursos da informação, o âmbito de ação dos programas na área (Hobbs, 1997, p. 457).

17. Os estudos culturais foram aplicados ao campo da *media literacy* por autores britânicos como Len Masterman (*Teaching the media*, 1985) e David Buckingham (*Watching media learning*, 1990). Como resultado se obteve, por um lado, um programa pedagógico centrado no aluno, tendo como base os estudos da recepção e das representações sociais voltados à investigação e à produção cultural por parte dos estudantes (modelo construtivista), evitando-se, por outro lado, as práticas de imposição de valores, própria do modelo defensivo norte-americano.

18. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Columbine_High_School_massacre>.

5.2 *Acquisition model*

Passou-se, em consequência, à adoção de um modelo de aquisição de habilidades (*acquisition model*), defendendo-se uma postura pedagógica destinada a superar o impasse da visão acanhada e restritiva do modelo anterior. Seu objetivo foi fornecer uma plataforma de questões que mobilizassem os estudantes e facilitassem a criação de habilidades na área da comunicação e da expressão.

Segundo Kathellen Tyner, o conflito entre a fase defensiva (*deficit model*) e a fase de retomada (*acquisition model*) deverá persistir, ainda, por longos anos. Para ela, os promotores da educação para os meios ensinam os estudantes a serem críticos com relação à mídia, mas discordam entre eles a respeito do que significa exatamente ser crítico ou, mesmo, discordam dos objetivos de uma educação para a criticidade. A questão, pois, para Tyner, está mais na concepção do que seja a educação que propriamente na concepção do que seja a mídia.¹⁹

Nos Estados Unidos, o movimento de leitura crítica da mídia tem envolvido, nos últimos anos, não apenas educadores ou instituições não governamentais, mas também empresários da comunicação, entre os quais é indispensável lembrar os projetos patrocinados pelas corporações de comunicação, como o jornal *The New York Times*, a Cable News Network (CNN) com os projetos *Newsroom* e *CNN student bureau*, o Discovery Channel, a Disney Learning Partnership, a Viacom International Inc – esta última responsável pela programação televisiva *Nickelodeon*, destinada exclusivamente às crianças e assistida por pedagogos e psicólogos.

5.3 *Citizenship model*: a caminho da educomunicação

Identificou-se esta terceira tendência como o *Citizenship model*, quando os objetivos dos educadores e educandos passaram a ir além da leitura crítica da mídia para pensar as relações de comunicação entre os sujeitos sociais. Práticas desta terceira vertente foram identificadas no trabalho dos arte-educadores da Costa Oeste dos Estados Unidos que, a partir dos anos 2000, passaram a trabalhar o tema do multiculturalismo com adolescentes negros, brancos e latinos a partir da apropriação da linguagem audiovisual no relato de suas histórias de vida.

6 DA FORMAÇÃO DA CONSCIÊNCIA CRÍTICA À EDUCOMUNICAÇÃO NA AMÉRICA LATINA

A história da educação para a comunicação no Brasil e na América Latina, desde seu início nos anos 1960 até o presente momento, pode ser relatada a partir dos

19. "Quando diferentes aspectos sobre a proposta de educação permanecem omissos, eles se tornam obstáculos formidáveis que dificultam o entendimento sobre os objetivos ou propostas da educação para os meios". ("When different assumptions about the purpose of education remain hidden, they become formidable obstacles that stymie understanding about the aims or purposes of media education") (Tyner, 1998, p. 139, tradução nossa).

projetos que se sucederam ao longo do tempo, ou ainda, pelas ideias que lhes deram sustentação.

6.1 Anos 1960: cinema – sob a teoria dos efeitos

Os primeiros programas vigentes no continente datam da década de 1960 e voltavam-se especialmente para a análise da produção cinematográfica, quer por meio dos cineclubes, quer nos espaços frequentados pela elite intelectual, ou ainda, nas escolas católicas, quer por meio dos comentários que os párocos faziam a cada domingo no final das celebrações litúrgicas ao anunciar os filmes que estavam chegando à cidade. Predominava, então, a visão de estudiosos norte-americanos como Lasswell e Schramm, para quem a eficácia do processo comunicativo ficava garantida pela prevalência do emissor sobre o receptor, ponto de vista sustentado pela teoria da aprendizagem social, ou simplesmente teoria dos efeitos, de cunho comportamentalista. No processo educativo era importante conhecer a natureza da mensagem que se recebia, ou evitar que pessoas incautas, especialmente os mais jovens, tivessem acesso ao que fosse duvidoso.

6.2 Anos 1970: a leitura crítica da televisão

Na América Latina, a denominada “leitura crítica dos meios” difundiu-se em decorrência da contribuição pedagógica de Paulo Freire à raiz da teoria da dependência, como parte da estratégia de grupos de educadores interessados em promover a consciência crítica das audiências frente ao que, na época, se denominava como invasão cultural dos produtos do Hemisfério Norte. Neste sentido, os programas de educação para a recepção desenvolveram-se fundamentalmente à margem dos sistemas educativos, originando-se nos bairros, nos subúrbios e nas comunidades camponesas, sob os auspícios de instituições voltadas para a educação e a cultura popular.

Por sua vez, os intelectuais associaram-se aos religiosos e educadores na crítica à mídia, oferecendo subsídios ao movimento de educação frente aos meios. Assistiu-se, na época, a uma dura reação dos pensadores latino-americanos à crescente influência dos meios de comunicação, especialmente da televisão. Parte voltou-se para o estudo das estruturas econômicas e políticas que davam suporte a toda forma de comunicação, enquanto outros passaram a vincular-se à teoria sociológica da dependência cultural. Acreditava-se que somente o estudo das condições da recepção e o conhecimento dos vários planos ideológicos que conviviam em um único receptor garantiriam o entendimento da decodificação e da ressemantização que produziam. A categoria teórica de análise passou a ser a ideologia, herança da filosofia marxista, reinterpretada por Althusser em *Aparelhos ideológicos do Estado*, enquanto que o objeto de estudo eram as mensagens dos meios massivos (Aguirre e Bisbal, 1981, p. 15-22).

6.3 Ainda nos anos 1970: uma comunicação para o desenvolvimento

Tem início, neste mesmo período, no plano da ação via projetos, o movimento latino-americano em torno do planejamento participativo, o que representava uma proposta de revisão na prática social, nas teorias de desenvolvimento e, sobretudo, com a contribuição de agentes culturais com perfis semelhantes aos de Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire, Mario Kaplún, Daniel Prieto, Eduardo Contreras, Maria Cristina Mata, entre outros.

Merecem especial destaque, para a compreensão do fenômeno, os livros *Comunicação e planejamento* (Bordenave e Carvalho, 1979) e, de Daniel Prieto Castillo, *Radio Nederland Training Centre en América Latina: memoria pedagógica de tres décadas*, 2008, respectivamente, com a fundamentação teórica e com o relato de projetos de intervenção social no âmbito da comunicação participativa para o desenvolvimento.

No campo dos estudos e da formação de especialistas, uma das instituições com maior legado à renovação do pensamento latino-americano foi o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), com sede em Quito, Equador. É importante recordar que as práticas de comunicação popular inerentes a uma visão de planejamento participativo levaram ao redimensionamento dos procedimentos investigativos, mesmo em nível acadêmico, consolidados na literatura sobre metodologia da pesquisa participante, tendo à frente Carlos Rodrigues Brandão e Michel Thiollent. A força do pensamento latino-americano no campo da comunicação para o desenvolvimento, com ênfase no planejamento participativo, exerceu profunda incidência na construção do conceito da educomunicação como gestão de processos comunicativos.

6.4 Década de 1980: comunicação como resistência cultural

Foi justamente na esfera do desenvolvimento que teve início a ação articuladora da Unesco no continente, visando aproximar comunicação e educação no âmbito das políticas públicas.

Para tanto, a organização promoveu um encontro no México, em dezembro de 1979, reunindo os ministros da Educação e do Planejamento dos países da América Latina e do Caribe, com o objetivo de examinar os problemas fundamentais da educação no contexto do desenvolvimento geral da região, criando o que foi denominado como Projeto Principal de Educação na América Latina e Caribe. Como consequência, em abril de 1981, a Unesco reuniu ministros da Educação, em Quito, para especificar as ações nas áreas do uso dos meios de comunicação nas escolas, bem como no da educação crítica frente às mensagens

massivas (Gutierrez, 1984). A partir desta deliberação, a Unesco ampliou sua presença no continente, apoiando, entre outras ações, os Seminários Latino-Americanos de Educação para a Televisão, realizados, respectivamente, em 1985 (Santiago, Chile), 1986 (Curitiba) e 1988 (Buenos Aires), com uma síntese, em 1990, em Las Vertientes, Chile (Miranda, 1992).

Descobriu-se, então, que os educadores para os meios do continente sintonizados com o projeto principal haviam paulatinamente abandonado tanto as teorias manipulatórias com origem na Escola de Frankfurt como o paradigma althusseriano dos aparelhos ideológicos do Estado. Não lhes servia nem o cientificismo sistêmico quanto menos o moralismo dos religiosos. Buscavam, na verdade, a formulação de uma síntese que desse apoio coerente a uma efetiva luta pela democratização das políticas de comunicação no continente, tendo como base a proposta de implantação de uma nova ordem mundial da informação e da comunicação (NOMIC). Era uma aproximação entre os referenciais sobre planejamento da ação participativa em projetos para o desenvolvimento, Bordenave e Carvalho de um lado e os fundamentos que passavam a reger a educação para a comunicação como negociação de sentidos; e Martín-Barbero e Canclini, de outro, afastando os latino-americanos das visões tradicionais, centradas no fenômeno midiático, inerentes aos conceitos da *media education* europeia e da *media literacy* norte-americana.

No âmbito das igrejas cristãs, o Departamento de Comunicação do Consejo Episcopal Latinoamericano (Celam), especialmente em decorrência da assembleia realizada em Medellin, Colômbia, optou por implementar, no continente, uma pastoral que privilegiava a comunicação popular (Celam, 1986). Foi com o apoio desta instituição que grupos de especialistas vinculados a associações cristãs de comunicação converteram a leitura crítica da comunicação em verdadeira bandeira, garantindo sustentação para dois dos mais consolidados projetos na área, em todo o continente, a saber: o *Plan Deni*, voltado para a análise e produção de cinema por crianças e jovens, em países como Uruguai, Equador e Brasil (Ramos, 2001) e o Projeto de Leitura Crítica da Comunicação (LCC) da União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC).²⁰

Foi nesse contexto que se proliferaram, pelo continente, os projetos de educação para a televisão, formação da consciência crítica ou, ainda, leitura

20. O Projeto de Leitura Crítica da Comunicação (LCC) da União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC) ofereceu, nas décadas de 1980 e 1990, um serviço de formação às lideranças do movimento popular e a docentes interessados na análise da cultura midiática. Adotando uma perspectiva dialética de reflexão, o projeto chegou a organizar uma média de sessenta encontros de formação, no período, em todo o país. Disponível em: <www.ucbc.org.br>. Ver também Gomes (1995). No mesmo diapasão trabalhou o Serviço à Pastoral da Comunicação das Edições Paulinas (SEPAC), que, fundado em 1980, contribui especialmente para renovar o pensamento das lideranças da Igreja Católica nesta área, função esta que vem fazendo até os dias presentes.

crítica da comunicação, com o incentivo de intelectuais como o professor José Marques de Melo.²¹

Deve-se observar, contudo, que apesar de esforços dos educadores para a comunicação em toda a América Latina, a deslegitimação do ideário defendido pela Unesco em termos de uma revisão da NOMIC acabou por reduzir o âmbito de ação dos defensores do uso comunitário dos meios e de sua leitura crítica por parte das audiências no continente. Como consequência, observou-se, já no início dos anos 1990, mesmo no meio acadêmico, uma crescente desqualificação dos projetos e programas preocupados com a educação dos receptores. No caso, os projetos vigentes deixaram de ser prioridade, passando a representar praticamente uma instância de resistência cultural. No entanto, a força da renovação do pensamento europeu na área da *media education* – sinalizado pelas conclusões da tese do pesquisador hindu Joseph Sagayaraj Devadoss sobre os grandes eventos da década de 1990, um dos quais ocorridos no Brasil – acabou por realimentar estes programas na América Latina.

6.5 Década de 1990: a influência dos estudos culturais

Ao longo dos anos 1990, o que restou de significativo dos esforços da década anterior no campo da educação para os meios, e especialmente das novas iniciativas então surgidas, é que passaram a alimentar-se, na verdade, da influência de duas culturas que, ao menos teoricamente, se contrapunham em múltiplos aspectos: a norte-americana e a inglesa.

De um lado, grupos vinculados especialmente à educação formal atualizaram a tendência tradicional da cultura norte-americana, centrada na análise das formas de produção dos meios de comunicação (mídias), com a condenação – nos programas educativos – dos estereótipos por eles veiculados, somando a esta perspectiva propostas de emprego das tecnologias da informação e comunicação (TICs) no ensino. Alguns dos projetos de mídia e educação seguem esta vertente.

Por outro lado, reforçaram-se, junto a numerosos grupos e a partir da prática social, as propostas de ação situadas na esfera cultural. Não eram os meios que importavam, mas os processos comunicativos enquanto produção da cultura. O que já vinha sendo praticado, como revelou o Encontro de Las

21. O professor Marques de Melo, que além de ter contribuído para a prática da leitura crítica da mídia impressa difundiu o pensamento de Mario Kaplún sobre o tema, promovendo um seminário para discutir seu "legado utópico", em 2006. Afirmam Manassés Moraes Xavier e Robéria Nádia Araújo Nascimento, em sua pesquisa *Jornalismo digital na escola: narrativas de uma prática educacional* Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, que o professor Marques apresenta-se como um dos primeiros teóricos brasileiros a demonstrar interesse pelas práticas educacionais no país, especificamente com a leitura do jornal na escola enquanto estímulo à cidadania. A contribuição de José Marques de Melo serviu de base para outros estudiosos, entre eles Maria Alice Faria e Gilberto Dimenstein. Ela, no início dos anos 1990, publicou o livro *Como usar o jornal na sala de aula* – livro que em 2003 alcançou a sua 8ª edição. Ele, em 1999, lançou o livro *O cidadão de papel*, que discute a função do jornal no contexto de práticas escolares e na formação de cidadãos (p. 31, disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/xavier-nascimento-jornalismo-digital-na-escola.pdf>>).

Vertientes (Chile, 1990), foi realimentado pela difusão, no continente, dos estudos de Raymond Williams e Stuart Hall. De Williams, os educadores para os meios aprenderam que a cultura é um processo sócio-histórico que cria e assimila sentidos (Williams, 1965, p. 41-43). Já de Stuart Hall, que a audiência define-se, simultaneamente, como receptora e fonte da mensagem (Hall, 1980, p. 128-138). Em outras palavras, a influência europeia, revisada na América Latina por Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco, descolava o objeto da análise de muitos dos projetos de educação para a mídia dos meios para os processos das mediações.

A difusão dos estudos culturais pela academia²² acabou por facilitar a superação da bipolaridade – emissor *versus* receptor – estabelecida pela corrente funcionalista, fortalecendo a perspectiva que reconhecia o papel ativo do consumidor de mídias enquanto um construtor de sentidos. Foi possível, desta forma, passar de uma teoria fundada no tecnicismo, centrada nos meios, para uma reflexão articuladora das práticas de comunicação entendidas como fluxos culturais, focada no espaço das crenças, costumes, sonhos e medos que configuram a cultura do cotidiano.²³

7 DÉCADA DE 2000: EDUCOMUNICAÇÃO, A BUSCA DA AUTONOMIA DE UMA PRÁTICA

O que a primeira década do século XXI trouxe foi o reconhecimento acadêmico do esforço latino-americano por uma nova prática social na interface comunicação-educação, graças à pesquisa do NCE/USP realizada entre 1997 e 1999. O que essencialmente o NCE/USP passou a entender foi que a prática do movimento popular em torno de uma nova educação para a comunicação era o resultado de uma opção teórico-metodológica que se distanciava das perspectivas tecnicistas, conteudistas ou funcionalistas, próprias dos modelos

22. Os estudos culturais foram aplicados ao campo da *media education* por autores britânicos como Len Masterman e David Buckingham. Como resultado, se obteve um programa pedagógico centrado no aluno, tendo como base os estudos da recepção e da representação sociais, voltado à investigação e à produção cultural por parte dos estudantes (modelo construtivista), evitando-se, por conseguinte, as práticas de imposição de valores, próprias do modelo defensivo norte-americano. Na América Latina, merece destaque a contribuição de Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco. No Brasil, devem ser lembradas as pesquisas de Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Mauro Wilton de Sousa, assim como de seus orientandos na ECA/USP.

23. Para Martín-Barbero, "as mediações são esse lugar de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não corresponde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver" (Martín Barbero, J. *apud* Lopes, 2000, p. 93-112). Em entrevista para a *Revista brasileira de comunicação* (jan./jun. 2000), Barbero afirmou sobre o que entendia por processos de mediação cultural: "O que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio. Não havia exclusivamente um indivíduo ilhado sobre o qual se incidia o impacto dos meios, o que era a visão norte-americana. (...) Mediação significa que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana. (...) Então, tentar medir a importância dos meios em si mesmos, sem levar em conta toda essa bagagem de mundo, da vida da gente, é estar falsificando a vida para que caiba no modelo dos estudos dos meios". (Martín-Barbero, 2000b, p. 151-163).

tradicionais de educação ou de comunicação. O que estava em jogo era, na verdade, um novo paradigma de visualização da interface comunicação-educação, que passava a ser assumida como um espaço do agir coletivo, voltado essencialmente para a cidadania e além da lógica do mercado. Por esta razão, o novo paradigma construiu seus próprios referenciais teóricos e definiu seus procedimentos metodológicos.

A prática de educação para a recepção resultante deste paradigma vem convertendo-se em um processo de busca por negociações voltadas a garantir, simultaneamente, o acesso aos meios, o domínio de suas linguagens e a gestão da produção e difusão da comunicação a partir dos interesses do grupo, tendo como meta final a prática da cidadania. O conceito de educomunicação adotado ao final da pesquisa da USP passou a traduzir a desejada autonomia de uma prática não exatamente à margem dos tradicionais campos da comunicação e da educação, mas justamente em sua interface, às vezes com eles se confrontado e, em outras, com eles colaborando.

7.1 A pesquisa

Para chegar ao conceito, foi necessário realizar uma caminhada pela América Latina, em um trabalho investigativo que levou o NCE/USP, entre 1997 e 1999, a 176 coordenadores de projetos de doze países do continente, especialistas nos vários âmbitos da relação comunicação-educação. Por meio de questionários e de entrevistas em profundidade, a pesquisa buscou identificar as aspirações, as experiências e as sensações de gestores de projetos na área, identificando, ao final, o perfil de um trabalhador que buscava um novo sentido para o “fazer comunicacional” a partir da perspectiva da permanente construção da cidadania por meio da universalização da prática comunicativa.

O NCE/USP chegou à conclusão de que já não fazia sentido tomar a inter-relação entre a comunicação e a educação a partir de seus costumeiros usos – como, por exemplo, o emprego didático das TICs pela educação – ou de suas múltiplas rejeições, como a exacerbação da crítica aos conteúdos da mídia. A questão central passou a ser a pergunta sobre como poderiam os sujeitos sociais criar “ecossistemas comunicativos”²⁴ que correspondessem às suas aspirações por uma nova sociedade.

24. O conceito de “ecossistema comunicativo” é também usado por Martín Barbero quando fala mais restritivamente da presença das tecnologias na sociedade contemporânea. Afirma o pensador que “para enfrentar o desafio tecnológico devemos estar conscientes de dois tipos de dinâmicas que movem as mudanças na sociedade: a incidência dos meios tradicionais e o impacto das novas tecnologias na vida em sociedade”. Contudo, ele garante que “num primeiro movimento, o que aparece como estratégico, mais que a intervenção dos meios, é a aparição de um ecossistema comunicativo que se está convertendo em algo tão vital como o ecossistema verde, ambiental”. Para este autor, a primeira manifestação e materialização do ecossistema comunicativo é a relação das pessoas com as tecnologias – “desde o cartão magnético que substitui ou dá acesso ao dinheiro até as grandes rodovias da Internet – gerando sensibilidades novas, muito mais claramente visíveis entre os jovens.” (Martín Barbero, 1999a). A perspectiva do autor deste trabalho, para o uso do conceito, é mais abrangente, pois fala-se neste capítulo de relacionamento entre seres humanos num dado espaço, independentemente do uso dos recursos tecnológicos.

Uma questão eminentemente existencial para os indivíduos e profundamente política para as coletividades.

A educomunicação, assim concebida, absorve seus fundamentos dos tradicionais campos da educação, da comunicação e de outros campos das ciências humanas e das artes, superando, desta forma, as barreiras epistemológicas impostas pela visão iluminista e funcionalista de relações sociais que mantêm os tradicionais campos do saber isolados e incomunicáveis (Soares, 2000b).

7.2 Definindo o conceito

Na busca de um ponto de referência para elaborar uma história, ainda que precária, da emergência do conceito da educomunicação, partiu-se de uma definição funcional, elaborada pelo autor, a partir de pesquisa desenvolvida pelo NCE/USP entre 1997 e 1999, assumindo o termo para designar:

o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas com o uso dos recursos da informação nos processos de aprendizagem. Tem como essência a intencionalidade educativa e como meta o pleno exercício da liberdade de expressão dos atores sociais (Soares, 2002a, p. 155).

Os espaços educativos aqui referidos podem ser centros culturais, emissoras de televisão e rádio educativos, centros de produção de materiais educativos analógicos ou digitais, ou, ainda, escolas, sem desconsiderar os espaços não formais da família e dos grupos de amigos.

Por ecossistema comunicativo, define-se a organização do ambiente, a disponibilização de recursos, o *modus faciendi* dos sujeitos envolvidos e o conjunto das ações que caracterizam determinado tipo de fato comunicacional. No caso, a família, a comunidade educativa, um centro cultural, ou mesmo uma emissora de rádio ou tevê, podem criar diferentes tipos de ecossistemas, envolvendo seus participantes e suas audiências, convertendo-se em objeto de planejamento e acompanhamento.

Na perspectiva desenhada pelo NCE/USP, a educomunicação se apresenta por meio de ações desenvolvidas em várias frentes, ou áreas, de intervenção.²⁵

1. Gestão dos processos e recursos da comunicação nos espaços educativos: traduzida em planejamento, implementação e avaliação dos procedimentos

25. Pesquisas acadêmicas vêm sendo desenvolvidas para melhor entender a natureza dessas áreas de intervenção. Destacam-se na área da gestão: Alves (2007); Borges (2009); Cordeiro (2009) e Bruni (2010); na área da reflexão epistemológica: Gottlieb (1998); Alves (2002); Bari (2002); Machado (2009) e messias (2011). Na área da educação para a comunicação: Lima (2002); Silva Filho (2004) e Funari (2007). Na área da mediação tecnológica nos espaços educativos: Tavares (2007); Consani (2008); Leão (2008) e Mello (2010). Na área da expressão comunicativa através das artes: Schaun (2002); na área da pedagogia da comunicação: Viana (2000) e Soares (2004).

que, enquanto garantem as condições de se estabelecer uma convivência colaborativa entre os sujeitos sociais nos espaços educativos, dão sustentação às demais áreas do campo.

2. Expressão comunicativa: potencializa o coeficiente comunicativo dos agentes do processo educativo por meio do domínio das diferentes linguagens e da apropriação das manifestações artísticas a seu alcance; Fala-se aqui do protagonismo dos sujeitos sociais na produção e veiculação de significados.
3. Educação para a comunicação: voltada à formação para a prática sistemática da recepção midiática à luz da contribuição oferecida pelas ciências humanas como a psicologia, a sociologia, a política e a moral, privilegiando-se os contextos de produção e a análise das mediações envolvidas no processo de apropriação dos bens simbólicos.
4. Mediação tecnológica nos espaços educativos: voltada à realidade representada pela incidência das tecnologias no cotidiano das relações entre as pessoas e a cultura, favorecendo a acessibilidade e o emprego democrático de seus recursos. A questão aqui buscada vai além da competência digital individual, pois o que se pretende é o acesso e o domínio das tecnologias por parte da comunidade, a serviço de uma gestão compartilhada e eficiente dos recursos da comunicação envolvendo as demais áreas de intervenção do campo.
5. Reflexão epistemológica: é importante observar que o próprio esforço de repensar a relação comunicação-educação revela-se como um importante campo de atuação, denominado como a área da reflexão epistemológica, envolvendo um crescente número de especialistas.²⁶

Dada a tradição destas práticas – com pelo menos cinquenta anos de história – afirmou-se que a educomunicação (*stricto sensu*), mais que emitir juízos críticos sobre o comportamento da mídia ou mesmo trabalhar para a difusão de seus usos por parte de novos sujeitos, trata essencialmente de implementar paradigmas sobre como ler o mundo e conviver com os que nele habitam e o transformam a partir da ótica da liberdade universal de expressão aplicada especialmente aos espaços educativos.

26. No momento, considerou-se, igualmente, como áreas de intervenção, a “pedagogia da comunicação” (6ª área), voltada a garantir os benefícios da ação educacional para o cotidiano das práticas de ensino, em sala de aula, assim como a “produção midiática para a educação” (7ª área), como meta estabelecida pelos meios de comunicação, especialmente os identificados como culturais e educativos, no sentido de dialogar com seus respectivos públicos, prestando serviços que colaborem para o conhecimento e a prática da cidadania.

7.3 A formação educomunicativa

7.3.1 Na América Latina

Fruto de um movimento latino-americano de superação dos limites impostos pelos paradigmas que tradicionalmente regiam a convivência social, o conjunto de práticas hoje reconhecidas sob o signo da educomunicação representou o esforço de romper as barreiras que dificultavam o diálogo social mediante o exercício concreto de se ampliar, coletivamente, os espaços da expressividade humana.

Nos anos 1970 e início dos anos 1980, acreditava-se na eficácia do trabalho em pequenos grupos (Martinez Terrero, 1988). Em seguida, o exercício incorporou a esfera dos meios tecnológicos com a criação de redes de comunicação alternativa, abrangendo toda a América Latina e o Caribe (Lopes Vigil, 2003; Silva, 2008), ampliando, em consequência, os espaços de formação.²⁷

No campo da formação de especialistas, surgia, no início dos anos 1990, o Programa Latinoamericano de Formación Superior en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (Plangesco), uma iniciativa articulada pelas organizações católicas de comunicação.²⁸ Em relato feito sobre a formação deste projeto,²⁹ assinalou-se para a inclusão, em suas metas, da palavra “educomunicação”, para designar exatamente aquilo que o termo significava no seio da Unesco na época, ou seja, programas de educação para a comunicação. O objetivo, contudo, era ir além, formando um gestor de processos comunicativos na perspectiva das práticas alimentadas pelo movimento social. Dois países avançaram com a proposta a partir de 1993: a Argentina, criando, na Universidade Nacional de La Plata, um curso de pós-graduação *stricto sensu*, ainda em funcionamento; e o Brasil, que decidiu criar, no espaço da ECA/USP, o curso de Gestão da Comunicação, em nível de especialização, somando a esta iniciativa a fundação e manutenção da revista *Comunicação & educação* (Departamento de Comunicação e Artes (CCA)/ECA/USP e Edições Paulinas). Foi

27. Merecem destaque os projetos de formação patrocinados pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), pela Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) e pela Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (Aler). As organizações católicas de comunicação (ver nota de rodapé 28), que além de promoverem cursos de produção e análise crítica da comunicação apoiaram também uma pesquisa sobre o a educomunicação no continente (Ramos, 2001).

28. Unión Católica Latinoamericana de Prensa (UCLAP); Organización Católica Internacional de Cine para América Latina y Caribe (OCIC-AL) e Asociación Católica Latinoamericana de Radio y Televisión (Unda-AL). A partir do final dos anos 1990, as três organizações fundiram-se sob a designação de Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCCLAC), que, no início dos anos 2000, desenvolveu pesquisa sobre a prática educomunicativa no continente sob a coordenação de Pablo Ramos.

29. Em artigo que se produziu para o livro *Comunicación, cultura y cambio social: Mercosur y la Integración de mercados* editado pela World Association for Christian Communication - América Latina (WACC-AL) (Soares, 1994), foram demonstrados os avanços ocorridos no continente até aquela data em termos de sistematização teórica dos pressupostos utilizados pelo movimento social para preparar profissionais com o perfil voltado para a prática do planejamento participativo e de uma ação colaborativa no campo da comunicação. O texto revela a expectativa otimista dos agentes de comunicação alternativa e seu propósito de ocupar um espaço na academia para a socialização desta herança cultural comum.

justamente no contexto da implantação deste curso que o NCE da USP avançou, a partir de 1997, em suas pesquisas em torno do universo representado pela prática da gestão comunicativa nos espaços educativos. A partir de 2012, no Brasil, este curso, após funcionar ininterruptamente por dezessete anos e de formar mais de quinhentos especialistas, em 29 turmas, passou a ser chamado expressamente de Especialização em Educomunicação.

Já no campo da difusão das práticas de recepção crítica organizadas, lembrou-se da experiência desenvolvida na Argentina por educadores a partir do final da década de 1990 junto a duzentos escolas e com o envolvimento de quatrocentos professores e 10 mil alunos, destaca-se também a produção de seiscentos revistas, oitenta vídeos e mais de setecentos horas de rádio (Soares, 2003).³⁰

7.3.2 No Brasil

Se nos anos 1970 e 1980 proliferou o trabalho grupal no espaço da educação não formal, com cursos de curta duração oferecidos por entidades como a UCBC (Gomes e Soares, 1988), atendendo a milhares de agentes culturais e lideranças populares, o desafio dos anos 1990, tanto na América Latina quanto no Brasil, passou a ser levar a comunicação alternativa – essencialmente a dialógica, como pretendia Paulo Freire – para espaços mais complexos, regidos pelos códigos de uma comunicação tradicionalmente concebida como verticalizada, como era o caso das escolas. No caso da educação formal, não se tratava simplesmente de promover a leitura da mídia como um conteúdo disciplinar a mais, como pretendia o projeto da reforma da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB),³¹ mas sim de propor a comunicação como um eixo transversal a todo o processo educativo. Foi, na verdade, o que algumas ONGs tentaram, com relativo êxito, ao longo da primeira década do século XXI, mediante assessorias oferecidas às escolas, como testemunham Rossetti (2004) e Lima (2006) ao comentarem em seus levantamentos o trabalho de educadores para a mídia a partir do binômio conceitual comunicação-participação.³²

Assimilando as conquistas na área, a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) produziu, em 2004, em parceria com o Fundo das Nações Unidas

30. Ana Carolina Altieri Soares acaba de defender dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina (Prolam) da USP, fazendo uma comparação entre a Argentina e o Brasil na adoção de procedimentos educacionais em escolas públicas (Soares, 2012).

31. Como comentou-se em artigo para a revista *Comunicação & Educação* (Soares, 1995), o tema da leitura crítica dos meios foi incluído no projeto de Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), aprovado em 1992 pela Câmara dos Deputados, refletindo uma tendência dos debates da sociedade civil na época. Com a substituição deste projeto por uma proposta do Senado Federal, houve um arrefecimento em torno do tema. A preocupação com a educação frente às mídias se manteve, contudo, em nível de governo federal, como um capítulo da formação para o uso didático dos meios, como nos casos do curso a distância Mídias na Educação – a partir de 2005 –, destinado à formação de professores, e do macrocampo comunicação e uso de mídias, do Programa Mais Educação, a partir de 2007, ambos do MEC.

32. As metodologias de trabalho dessas organizações mereceram uma tese de doutorado na ECA/USP, intitulada: *Educomunicação e sua metodologia: um estudo a partir de ONGs no Brasil* (Silva Filho, 2004).

para a Infância (UNICEF), o documento *Remoto controle, linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes* (2004), trabalhando conceitualmente o tema e oferecendo subsídios para os projetos de educação frente às mídias, adotando, em um dos capítulos, detalhadas explicações sobre o conceito da educomunicação já em circulação depois das pesquisas do NCE/USP (Andi, 2004, p. 256-289). Hoje, sob a denominação de mídia e educação, grupos de agentes culturais e de pesquisadores vêm implementando importantes projetos na área, com destaque para a Multirio, empresa municipal criada por Regina de Assis, principal responsável pela realização do Summit Media for Children no Rio de Janeiro em 2004. No Rio, também funciona a Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) Planetapontocom, que, além de formação, oferece um excelente *newsletter* sobre o tema em questão.³³

Foi nesse contexto que o NCE/USP não se furtou a atender os convites que lhe chegaram do poder público e da iniciativa privada para aplicar, em contextos complexos de redes de escolas, as práticas educomunicativas,³⁴ tendo sido, por esta razão, incluído na pesquisa de Rossetti.

O que vem caracterizando a assessoria oferecida pelo NCE/USP tem sido a clareza na definição dos objetivos e a especificidade de sua metodologia de trabalho. Seus projetos buscam essencialmente desenvolver experiências que permitam que os sujeitos sociais atendidos implementem, colaborativamente, os processos de planejamento e de execução das tarefas previstas, assumindo de forma compartilhada as funções comunicativas. Foi o que ocorreu, por exemplo, junto às escolas do Educom.rádio: os professores, alunos e membros da comunidade envolvidos partiam, em seus exercícios, dos mesmos pressupostos (relações dialógicas, definição conjunta

33. Para mais informações, visite o portal Multirio, disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/portal/>>; e o portal Planetapontocom, disponível em: <<http://planetapontocom.org.br/>>.

34. Pode-se destacar, entre os projetos do NCE/USP: *i*) a assessoria ao Encontro das Escolas Salesianas das Três Américas (Caracas, 2000), do que resultou a opção das escolas das irmãs salesianas pela educomunicação nos cinco continentes; *ii*) o Projeto Educom.rádio, curso para 11 mil professores, alunos e membros das comunidades educativas de 455 escolas do município de São Paulo, de 2001 a 2004; *iii*) o Projeto Educom.TV, curso a distância para 2 mil professores de 1.024 escolas do estado de São Paulo, em 2002, em uma parceria com a Secretaria Estadual de Educação sobre a linguagem audiovisual na escola; *iv*) o Projeto Educom.rádio-Centro-Oeste, curso semipresencial para 2.800 professores e alunos de oitenta escolas dos três estados da região Centro-Oeste, em parceria com o MEC, entre 2004 e 2006; *v*) o Projeto Educom.geração cidadã, curso para 2 mil jovens em projeto do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), na região metropolitana de São Paulo, em 2006; *vi*) a assessoria ao Educom.Funhas, assistência a novecentos participantes de curso oferecido para educadores e estudantes da Fundação Hélio Augusto de Sousa, de São José dos Campos, entre 2005 e 2011; *vii*) a parceria com o Jornal da Tarde, do Grupo O Estado, entre 2006 e 2007, para a publicação de oitenta páginas dominicais dando tratamento educomunicativo aos temas curriculares do ensino fundamental (Educom.JT); e *viii*) a coordenação do Mídias na Educação, curso a distância promovido pelo MEC cabendo ao NCE atender professores das redes estadual e municipal de educação do estado de São Paulo, por meio da oferta de tutoria a grupos de professores, totalizando 10 mil atendidos, entre 2006 e 2011.

das metas e ideal focado na cidadania),³⁵ identificando, enquanto participavam da formação, as maneiras de construir e de avaliar um ecossistema comunicativo aberto e criativo em suas respectivas unidades escolares.³⁶

Cumprida sua missão, o NCE/USP se retira dos projetos a que deu assistência, permanecendo, contudo, sempre aberto para manter o diálogo iniciado, confiando na continuidade das ações. Apenas a título de exemplo, em 2009, o secretário de Educação do município de São Paulo, Alexandre Schneider, dando sequência ao projeto Educom.rádio, assinou portaria definindo procedimentos facilitadores da prática da educomunicação nas escolas, garantindo, por exemplo, remuneração extra por hora de atividades. Para favorecer esta prática, a mesma portaria autorizava a contratação de especialistas em educomunicação para dar assistência aos diversos projetos na área. Mais de dois terços dos contratados pertencem, ainda em 2012, aos quadros do NCE/USP.³⁷

7.4 Reações latino-americanas à tese defendida pelo NCE/USP

Apesar do impacto representado pelas experiências edumunicativas em espaços públicos na América Latina, não existe unanimidade entre os especialistas sobre o sentido emprestado pelo NCE/USP ao neologismo. Em termos continentais, são três as hipóteses sobre a natureza da inter-relação em apreço: *i)* perspectiva da autonomia irreconciliável entre os dois campos: trata-se de uma corrente que defende que estes campos – educação e comunicação – estão vocacionados para cumprir papéis sociais diferentes e, muitas vezes, até mesmo antagônicos. Tal concepção é responsável, por exemplo, pelo isolamento dentro de uma mesma universidade, entre os cursos e os programas das faculdades de educação e de comunicação social; *ii)* perspectiva da aliança estratégica entre os dois campos por meio de suas interfaces: a relação entre os dois campos sustenta-se na perspectiva da mútua prestação de serviços na experiência brasileira, como entendem Braga

35. Para atender as 455 escolas, o projeto trabalhou durante sete semestres, de agosto de 2001 a dezembro de 2004, aos sábados, das oito horas às dezessete horas, contando, para tanto, com uma equipe que em seu conjunto reuniu mais de 450 especialistas formados pelo próprio NCE/USP. Para as noventa e seis horas empregadas, semestralmente, em doze encontros, na formação oferecida na periferia da cidade, os mediadores do NCE passavam sessenta horas de formação na própria USP.

36. Os mediadores do NCE/USP evitam, na verdade, promover a costureira formação em cascata: o especialista que forma o professor; o professor que depois de ressemantizar o que recebeu forma seus alunos, enquanto a escola, soberana, tenta influenciar a todos: seja professor, aluno, pai ou mesmo a comunidade externa. No caso do Educom.rádio, por exemplo, de cada escola foram selecionados doze professores, dez alunos e três membros da comunidade. O grupo dos 25 indivíduos se unia a outros contingentes, representantes de escolas da região, em uma espécie de escola-polo – o projeto chegou a ter dezessete polos, no primeiro semestre de 2004, trabalhando, concomitantemente, com representantes de 132 escolas. Nestes polos, as atividades eram todas compartilhadas, desde as discussões teóricas sobre os processos de comunicação até as oficinas de produção radiofônica, garantindo a todos uma referência de como poderiam intervir em suas respectivas unidades educativas, envolvendo outros docentes e estudantes no planejamento de suas ações comunicativas, buscando soluções para os problemas de convivência e de aprendizagem.

37. Relatório das atividades educomunicativas na prefeitura de São Paulo, em 2009, está acessível no endereço: http://www.prefeitura.sp.gov.br/portala/_cidade/noticias/index.php?p=34458. Acesso em fev. 2012.

e Calazans (2002). Segundo estes autores, algumas linhas de trabalho conjunto aproximam os profissionais dos dois campos, especialmente quanto ao uso das novas tecnologias no ensino presencial ou a distância ou a produção educativa por parte dos meios massivos; *iii*) perspectiva da emergência de um novo campo de natureza interdiscursiva e interdisciplinar com referenciais teóricos próprios, expressando-se na atuação de um novo profissional cujo perfil está sendo construído na prática da ação comunicativa em espaços educativos e/ou midiáticos. O que caracteriza os profissionais deste novo campo é a capacidade e a habilidade que demonstram no sentido de trabalhar a partir de conceitos e metodologias de intervenção social que aproximam comunicação, educação e tecnologias da informação, tendo como sentido e meta definitiva a utopia da construção da cidadania (Soares, 2000e). No caso, não se trata de um profissional que substitua o professor em uma escola, ou um comunicador no espaço operacional de um veículo de informação, mas de um assessor para um e para outro, naquilo que diz respeito às “questões delicadas na interface”, na expressão de Braga e Calazans (2002).

Carlos Eduardo Valderrama, na introdução do livro *Comunicación y educación, coordinadas, abordajes y travesías* (2000), é o primeiro a reconhecer a existência, no continente, destes pontos de vista discordantes sobre a natureza da relação comunicação-educação, lembrando, a título de exemplo, a posição da Universidad Nacional de La Plata em confronto com a defendida pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da Universidade de São Paulo (USP). Afirmo o autor colombiano:

Jorge Huergo (Universidad Nacional de La Plata, Argentina) considera a intersecção entre comunicação e educação uma confluência de diferentes perspectivas teóricas, práticas sociais e profissionais com interesses diferentes, que podem ser percorridos como um campo a partir de três tipos de relações: as instituições de ensino e contextos culturais; educação e mídia; e educação e novas tecnologias. Por sua vez, Ismar de Oliveira Soares (Universidade de São Paulo, Brasil) defende a hipótese de que na verdade é um novo campo de conhecimento, que está sendo formado, é autônomo e está em processo de consolidação. É um campo de natureza relacional, estruturado como processo midiático, transdisciplinar e interdiscursivo, e materializa em quatro áreas de intervenção social: educação para as mídias; mediação tecnológica na educação; gestão da comunicação na educação; e reflexão epistemológica. Também sustenta a sua hipótese com a afirmação de que já existe uma comunidade acadêmica com perfis bem definidos (Valderrama, 2000, XVII, tradução nossa).³⁸

38. “Jorge Huergo (Universidad Nacional de La Plata, Argentina) considera el espacio de intersección entre la comunicación y la educación como una confluencia de diversas perspectivas teóricas y de prácticas sociales y profesionales con intereses distintos, que como campo puede ser atravesado a partir de tres tipos de relaciones: instituciones educativas y horizontes culturales, educación y medios de comunicación y educación y nuevas tecnologías. Por su parte, Ismar de Oliveira Soares (Universidad de São Paulo, Brasil) sostiene la hipótesis de que efectivamente es un nuevo campo de conocimiento, que se está formando, tiene autonomía y se encuentra en proceso de consolidación. Se trata de un campo de naturaleza relacional, estructurado como proceso mediático, transdisciplinario, e interdiscursivo y se materializa en cuatro áreas de intervención social: educación para la comunicación, mediación tecnológica en la educación, gestión de la comunicación en la educación y el área de la reflexión epistemológica Apoya también su hipótesis con la afirmación de que ya existe una comunidad académica con sus perfiles claramente definidos”.

Independentemente da polêmica que causa, o protagonismo na divulgação do conceito é internacionalmente atribuído ao NCE/USP, como testemunha o pesquisador Joseph Sagayaraj Devadoss em seu livro *Media education, key concepts, perspectives, difficulties and main paradigms* (2006).

8 DESAFIOS

A expansão do conceito tal como vem sendo desenhado no continente latino-americano depende, no presente momento histórico, das soluções que sejam dadas a três desafios. O primeiro, de caráter macroestrutural, é um questionamento a cerca de como sensibilizar as grandes estruturas, mediante políticas públicas de educomunicação, beneficiando, em igualdade de condições, um número significativo de pessoas, especialmente crianças e jovens. O segundo, de natureza microestrutural, quer saber como garantir, mesmo nos pequenos espaços, a autenticidade do processo educ comunicativo mediante a liberdade das ações e a cooperação solidária, rompendo-se definitivamente com toda possibilidade de manipulação do poder via comunicação. Por fim, o terceiro, nitidamente político-pedagógico, tem como questão a formação de um número suficiente de especialistas para dar assistência aos programas que tendem a se multiplicar pelo país, garantindo a ortodoxia do conceito, ou seja, a coerência entre teoria e prática. Cada uma das três perspectivas merece um artigo específico.

Quanto às definições conceituais, imaginar que todos os que adotam diferentes nomenclaturas para designar as práticas na interface comunicação/educação estejam necessariamente em disputa, negando-se mutuamente, é desconhecer a natureza dialética do possível campo em formação. Na verdade, as boas práticas do que hoje se afirma como sendo educ comunicativo independe da adoção, pelos agentes culturais envolvidos, de uma nomenclatura específica. O que importa é que os indicadores do novo conceito possam ser percebidos e autenticados, entre os quais a gestão democrática das relações e dos recursos da comunicação em espaços educativos, assim como a busca permanente da intencionalidade educativa na produção midiática, para ater-se em apenas dois.

Dada a complexidade do fenômeno e sua condição epistemológica interdisciplinar e levando em conta os diferentes pontos de partida das pessoas nele interessadas, têm-se forçosamente distintos caminhos sendo percorridos, formando uma teia de sentidos. É por isso que se reafirmou a condição emergente do novo campo da educomunicação e defendeu-se um diálogo permanente entre os que trabalham sob denominações como “comunicação/educação”, “media e educação”, “mídiaeducação”, “mídias na educação”, “educomídia”, entre outros.

Em alguma encruzilhada destas trilhas, estas denominações e experiências se encontram, sobretudo, em benefício da sociedade – em especial da juventude –, para a qual se prestam estes serviços.³⁹

REFERÊNCIAS

AGUIRRE, J. M.; BISBAL, M. **La ideolgia como mensaje**. Caracas: Monte Ávila Editores, 1981.

ALVES, P. H. **Educomunicação**: a experiência do núcleo de comunicação e educação. 2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

_____. **Educom.rádio**: uma política pública em educomunicação. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

ANDI – AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA. **Remoto controle**: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez Editora, 2004.

APARICI, R. (Org.). **Educomunicación**: más allá del 2.0. Madrid: Gedisa, 2010.

BACCEGA, M. A. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. In: CITELLI, A.; COSTA, M. C. **Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 31-42.

BARI, V. **Por uma epistemologia da educomunicação**. 2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

BARROS, L. M. (Org.). **Comunicación, cultura y cambio social, Mercosur y la integración de mercados**. Buenos Aires: WACC, 1994.

BORDENAVE, J. D.; CARVALHO, H. M. **Comunicação e planejamento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

BORGES, Q. **O processo de planejamento no Educom.rádio**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. **Comunicação e educação**: questões delicadas na interface. 1. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

BRASIL. Ministério da Educação. **Mídia e educação, perspectivas para a qualidade da informação**. Brasília: MEC, 2000.

39. Tem sido muito enriquecedor, por exemplo, o diálogo mantido pelo NCE com o programa Mídias na Educação, do MEC (Disponível em: <<http://midiaseducacao.blogspot.com/>>), para o qual o núcleo da USP presta serviços de tutoria no estado de São Paulo, e com organizações como Planetapontocom, do Rio de Janeiro (Disponível em: <<http://planetapontocom.org.br/>>), que mantém o mais significativo programa de informação sobre o tema da mediaeducação no país.

BRUNI, I. **L'educomunizzazione brasiliana sulle onde della radio**. Analisi di caso. Roma: Università La Sapienza, 2010.

BUCKINGHAM, D. **Watching media learning**: making sense of media education. London: Falmer, 1990.

CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.

CAPARELLI, S. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus, 1986.

CARLSSON, U.; FEILITZEN, C. **Children and media violence**: the international clearinghouse on children, youth and media. Göteborg: Göteborg University, 1998.

CARLSSON, U. *et al.* **Empowerment through media education, an intercultural dialogue**: the international clearinghouse on children, youth and media. Göteborg: Göteborg University, 2008.

CELAM – COMUNICACIÓN, MISIÓN Y DESAFÍO. **Comunicación, misión y desafío**: manual pastoral de comunicación social. Bogotá: Celam, 1986.

CONSANI, M. A. **Mediações tecnológicas na educação**: conceitos e aplicações. 2008. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

CONSIDINE, D. Media literacy: a compelling component of school reform and restructuring. In: KUBEY, R. (Ed.). **Media literacy in the information age**. Current Perspectives. New Brunswick: Transaction Publishers, 1987. p. 250-165.

CONTRERAS, B. E. **Evaluación de proyectos de comunicación**. Quito: Ciespal, 1985.

CORDEIRO, M. **Política educacional e continuidade**. 2009. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

DEVADOSS, J. S. **Media education, key concepts, perspectives, difficulties and main paradigms**. India: Arubu Publications, 2006.

DI MELE, L. L'Europa verso la media literacy. **Media education, studi, ricerche, buone pratiche**, Roma, mar. 2011.

FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. **Promote or protect**: perspectives on media literacy and media regulations. Göteborg: Göteborg University, 2003.

FREIRE, P. **Comunicação ou extensão?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

_____. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

FUNARI, C. V. **A prática da mediação em processos educacionais**: o caso do projecto Educom.rádio. 2007. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

GOMES, P. G. **A comunicação cristã em tempo de repressão: a história da UCBC, de 1970 a 1983**. 1. ed. São Leopoldo: Unisinos, 1995.

GOMES, P. G.; SOARES, I. O. **Da formação do senso crítico à educação para a comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1988.

GOMEZ, J. I. A. O grupo e a revista científica comunicar: 15 anos pela e para a educomunicação na Espanha. **Comunicação & educação**, ano 14, n. 1, p. 63-70, jan./abr. 2009.

GOTTLIEB, L. **Como ajustar a sintonia da comunicação em mão dupla na sala de aula** – As percepções anamorfóticas na comunicação professor-alunos no ensino superior através da práxis de um educador: um estudo de caso. 1998. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

GUTIERREZ, F. **Educación y comunicación em el proyecto principal**. Santiago do Chile: Unesco, 1984.

_____. **Linguagem total**. São Paulo: Summus, 1971.

HALL, S. Encoding and decoding in television discourse. *In*: CCSS – CENTRE FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES. (Ed.). **Culture, media, language: working papers in cultural studies: 1972-1979**. London: Hutchinson, 1980. p. 128-138.

HOBBS, R. The seven great debates in the media literacy movement. **Journal of communication**, p. 16-32, Winter 1998.

_____. Pedagogical issues in U.S. media education. *In*: DEETZ, S. (Ed). **Communication yearbook 17**. London: Sage, 1997. p. 450-457.

_____. The seven great debates in the media literacy movement. **Journal of communication**, p.16-32, Winter 1998.

HUERGO, J. Comunicación/educación: itinerarios transversales. *In*: VALDERRAMA, C. E. (Ed.). **Comunicación: educación coordinadas, abordajes y travesías**. Bogotá: Universidad Central; Siglo del Hombre Editores, 2000.

IFMA – INSTITUTO FIGLIE DE MARIA AUSILIATRICE. **Educomunicazione piccolli passi nella nuova cultura**. Roma: IFMA, 2008.

JACQUINOT, G. **O que é um educador?** O papel da comunicação na formação dos professores. *In*: INTERNATIONAL CONGRESS ON COMMUNICATION AND EDUCATION, n. 1., São Paulo: USP, 1998. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/11.pdf>>.

KAPLÚN, M. **El comunicador popular**. Buenos Aires: Humanitas, 1986.

KAPLÚN, G. Processos educativos e canais de comunicação. **Comunicação & educação**, São Paulo, n. 14, p. 68-75, jan./abr.1999.

_____. Comunicación, educación y movimientos sociales: paradojas técnico-políticas. In: BOLAÑO, C. *et al.* (Orgs.). **Comunicación, educación y movimientos sociales en América Latina**. Brasília: Casa das Musas, 2009. p. 41-57.

LASWELL, H. SCHRAMM, W. **Proceso y efectos de la comunicación colectiva**. Quito: Ciespal, 1964.

LIMA, G. **Educomunicação, psicopedagogia e prática radiofônica**. 2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

LIMA, R. P. (Org.). **Mídias comunitárias, juventude e cidadania**. 2. ed. Belo Horizonte: AIC, 2006.

LOPES, M. I. V. Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. **Comunicação e sociedade**, v. 14, n. 1-2, p. 93-112, 2000.

_____. Pesquisas de recepção e educação para os meios. In: CITELLI, A.; COSTA, M. C. **Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 43-52.

MACHADO, E. S. **Pelos caminhos de Alice: vivências na educomunicação e a dialogicidade no educom.tv**. 2009. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. **Nomadas**, Bogotá, n. 5, p. 10-22, sep. 1996; feb. 1997.

_____. Retos culturales de la educación a la comunicación. **Comunicación, educación y cultura: relaciones, aproximaciones y nuevos retos**. Bogotá, 1999a.

_____. Sujeito, comunicação e cultura. **Comunicação & educação**, São Paulo, n.15, maio/ago.1999b.

_____. **La educación desde la comunicación**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002a.

_____. Comunicação e mediações culturais. **Revista brasileira de comunicação**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 151-163, jan./jun. 2000b.

MARTIRANI, L. A. **Comunicação, educação e sustentabilidade: o novo campo da educomunicação socioambiental**. In: CONGRESSO DA INTERCOM, 31., Natal: Intercom, 2-6 set. 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1697-2.pdf>>.

_____. **Teaching about television**. London: Macmillan Press, 1980.

_____. **Teaching the media**. London: Kindle edition, 1985.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Diálogos de la comunicación**, n. 56, p. 80-91, out. 1999.

_____. Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación. **Diálogos de la comunicación**, n. 64, p. 65-76, 2001. Disponível em: <<http://www.comminit.com/en/node/149879/348>>. Acesso em: fev. 2012.

MELLO, L. F. **Educomunicação na educação a distância**: o diálogo a partir das mediações do tutor. 2010. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

MELLO, L. F. *et al.* **EducomJT**: práticas educacionais em salas de aula presencial com uso de tecnologias diversas (educomunicação através do periódico Jornal da Tarde). In: CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE EDUCACIÓN MEDIÁTICA, Segóvia, 2011. Disponível em: <<http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%203/Luci%20Ferraz%20de%20Mello%20et%20al.pdf>>.

MELO, J. M.; BRITTES, J. G. (Orgs.). **A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán**. São Bernardo do Campo: Editora da UESP, 1998. p. 21-30.

MELO, J. M.; TOSTA, S. P. (Orgs.). **Mídia & educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

MELO, J. M.; GOBBI, M. C. (Orgs.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: UESP, 2006.

MELO, J. M. *et al.* **Educomídia, alavanca da cidadania**: o legado utópico de Mario Kaplún. São Bernardo do Campo: Unesco, 2006.

MESSIAS, C. **Duas décadas de educomunicação**: da crítica ao espetáculo. 2011. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

MIRANDA, M. (Ed.). **Educación para la comunicación**. Santiago: UNICEF/Ceneca, 1992.

MORAN, J. M. **Leitura dos meios de comunicação**. São Paulo: PANCAST, 1993.

MORENO, M. Información, comunicación y tecnología. **Signo y pensamiento**, Bogotá, n. 34, p. 89-104, 1999.

OLSSON, T.; DAHLGREN, P. **Young people ICTs and democracy**: the international clearinghouse on children, youth and media. Göteborg: Göteborg University, 2010.

OROZCO, G. Comunicação, educação e novas tecnologias: tríade do século XXI. **Comunicação & educação**, São Paulo, n. 23. p. 57-69, jan./abr. 2002.

PASQUALI, A. **Comunicación y cultura de masas**. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1963.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação e educação para a cidadania**. [s.l.]: NCE, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/nucleos/nce>>. Acesso em: fev. 2012.

_____. Mídia comunitária. **Comunicação & sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 30. p. 141-156, 1998a.

_____. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998b.

PRIETO, D. C. Diagnóstico de comunicación. Quito: Ciespal, 1985.

_____. (Ed.). **Radio Nederland training centre en América Latina, memoria pedagógica de tres décadas**. San José: RNTC, 2008.

_____. **Educar con sentido**: apuntes sobre el aprendizaje. Mendoza: EDIUNC, 1993.

RAMOS, P. **Tres décadas de educomunicación en América Latina**: los caminos del plan deni. Quito: OCLACC, 2001.

RENÓ, D. **O latino-americano Luis Ramiro Beltrán e as suas políticas nacionais de comunicação de massa**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/reno-denis-latino-americano-luis-ramiro-beltran.pdf>>.

ROSSETTI, F. **Educação, comunicação & participação**. São Paulo: UNICEF, 2004. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/midia_escola.pdf>.

RSE – REDE SALESIANA DE ESCOLAS (Org.). **Educomunicação**: desafio à família Salesiana. São Paulo: RSE, 2010.

SAYAD, A. (Org.). **Educomunicar**: comunicação, educação e participação no desenvolvimento de uma educação pública de qualidade. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.redecep.org.br/publicacoes/REDECEP_online_s.pdf>.

_____. **Idade média**: a comunicação reinventada na escola. São Paulo: ALEPH, 2012.

SCHAUN, A. **Educomunicação, reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

SILVA, T. **Gestão e mediações nas rádios comunitárias**: um panorama do estado de Santa Catarina. Chapecó: Argos, 2008.

SILVA FILHO, G. Z. **Educomunicação e sua metodologia**: um estudo a partir de ONGs no Brasil. 2004. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SOARES, A. C. A. **Educomunicação e cidadania na América Latina**. A interface comunicação/educação a partir das práticas sociais no continente: um estudo de caso das políticas públicas na Argentina e no Brasil. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

SOARES, I. O. **Para uma leitura crítica dos jornais**. São Paulo: Paulinas, 1984.

_____. **Para uma leitura crítica da publicidade**. São Paulo: Edições Paulinas, 1988a.

_____. **Do santo ofício à libertação**: o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja católica no Brasil sobre a comunicação social. São Paulo: Edições Paulinas, 1988b.

_____. Programa Latinoamericano de formación superior del gestor de procesos comunicacionales. In: BARROS, L. M. (Org.). **Comunicación, cultura y cambio social**. Mercosur y la integración de mercados. Buenos Aires, WACC, 1994. p. 117-125.

_____. A nova LDB e a formação de profissionais para a inter-relação comunicação/educação. **Comunicação & educação**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 21-26, jan.-abr. 1995.

_____. **Sociedade da informação ou da comunicação?** São Paulo: Cidade Nova, 1996.

_____. Gestión de la comunicación en el espacio educativo (o los desafíos de la era de la información para el sistema educativo). In: GUTIERREZ, A. M. (Coord.). **Formación del profesorado en la sociedad de la información**. Se-govia: Universidad de Valladolid, 1998. p. 33-46.

_____. Comunicação & neoliberalismo: a vigência das políticas (alternativas) de comunicação. In: MELO, J. M.; BRITTES, J. G. (Orgs.). **A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán**. São Bernardo do Campo: Editora da UMESP, 1998. p. 63-73.

_____. Comunicação/educação, a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Contato, revista brasileira de comunicação, arte e educação**, Brasília, ano 1, n. 2, p. 5-75, jan./mar. 1999a.

_____. Against violence: sensorial experiences involving light and sight. Media education and educational technology from a Latin American point of view. In: FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. **Children and media**: image, education, participation. Göteborg: Göteborg University, 1999b. p. 229-242.

_____. La Comunicación/educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil de su professional. **Nexos**, São Paulo, ano 3, n. 5, p. 7-28, 1999c.

_____. Educommunication: an emerging new field. **Telemedium**, Madison, v. 46, n. 1, p. 5, Spring 2000a.

_____. La Comunicación/educación como nuevo campo de conocimiento. In: VALDERRAMA, C. E. **Comunicación/educación, coordinadas, abordajes y travesías**. Bogotá: Universidad Central, 2000b. p. 27-47.

_____. Educomunicación: comunicación y tecnologías de la información en la reforma se la enseñanza americana. In: **Diálogos de FELAFACS**, Perú, n. 59-60, p. 137-152, oct. 2000c.

_____. Educomunicação: as perspectivas do reconhecimento de um novo campo de intervenção social, o caso dos Estados Unidos. **Eccos revista científica**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 63-64, dez. 2000d.

_____. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & educação**, ano 7, p. 12-24, sept./dez. 2000e.

_____. Educommunication, an emerging new Field. **Telemedium: the journal of media literacy**, Medison, p. 46, 2001.

_____. Educomunicação: as perspectivas do reconhecimento de um novo campo de intervenção social, o caso dos Estados Unidos. **Eccos revista científica**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 61-80. Disponível em: <<http://www4.uninove.br/ojs/index.php/eccos/article/viewFile/225/221>>. Acesso em: fev. 2012.

_____. Metodologia de educação para a comunicação e de gestão comunicativa no Brasil e na América Latina. In: BACCEGA, M. A. **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002a. p. 110-220.

_____. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & educação**, São Paulo, ano 8, n. 23, p. 16-25, jan./abr. 2002.

_____. Educomunicazione. **La comunicazione**. Il dizionario di scienze e tecniche, Roma, p. 418-421, 2002.

_____. Educomunicação e cidadania: a construção de um campo a partir da prática social. In: PERUZZO, C. M. K.; ALMEIDA, F. (Orgs.). **Comunicação para a cidadania**. Bahia: UNEB, 2003. p. 265-286.

_____. **Educommunication**. São Paulo: UCIP, 2004a.

_____. Educommunication: concept and aim. **Media Challenges Amidst Cultural and religious pluralism: for a new soud order, justice and peace**. Genebra, v. 1: UCP, p. 113-116, 2005.

_____. NCE – A trajetória de um núcleo de pesquisa na USP. **Comunicação & educação**, São Paulo, ano 10, n. 1, p. 31-40, jan./abr. 2005.

_____. Educom.rádio, na trilha de Mario Kaplún. In: MELO, J. M. *et al.* **Educomídia, alavanca da cidadania**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2006, p. 167-188.

_____. A ECA/USP e a educomunicação: a consolidação de um conceito, em dezoito anos de trabalho. **Comunicação & educação**, São Paulo, ano 13, n. 2, p. 39-52, maio/ago. 2007.

_____. Quando o educador do ano é um educador: o papel da USP na legitimação do conceito. **Comunicação & educação**, São Paulo, ano 13, n. 3, p. 39-52, out.-dez. 2008.

_____. El derecho a la pantalla: de la educación a los medios a la educomunicación en Brasil. **Comunicar**, Huelva, ano 16, n. 31, p. 77-82, 2008.

_____. Caminhos da gestão comunicativa como prática da educomunicação. In: BACCEGA, M. A. P.; COSTA, M. C. **Gestão da comunicação, epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009a. p. 161-188.

_____. Planejamento de projetos de gestão comunicativa. In: COSTA, M. C. **Gestão da comunicação, projetos de intervenção**. São Paulo: Paulinas, 2009b. p. 27-54.

_____. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, M. S. P. **Processos comunicacionais em espaços educativos**: estudo de caso sobre linguagens não escolares ativando ecossistemas comunicativos no projeto Retratos do Butantã, realizado na Escola Estadual Virgília de Carvalho Pinto. 2004. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SOBREIRO, M. A. **Célestin Freinet e Janusz Korczak, precursores do jornal escolar**. 2006. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/145.pdf>>.

SOUSA, M. W. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TAVARES JÚNIOR, R. **Educomunicação e expressão comunicativa**: a produção radiofônica de crianças e jovens no projeto Educom.rádio. 2007. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

TERRERO, J. M. **Comunicação grupal libertadora**. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

TUFTE, T.; ENGHEL, F. **Youth engaging with the world**. Media, communication and social change. Göteborg: Göteborg University, 2009.

TYNER, K. **Literacy in a digital world**: teaching and learning in the age of information. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1998.

VALDERRAMA, C. E. **Comunicación-educación, coordinadas, abordajes y travesías**. Bogotá: Universidad Central, 2000.

VIANA, C. **O processo educacional**: a mídia na escola. 2000. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

VIRGIL, J. I. L. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Edições Paulinas, 2004.

WILLIAMS, R. **The long revolution**. London: Chatto & Windis, 1965.

A PRESENÇA DA COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E ALTERNATIVA NOS ESTUDOS E PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Karina Janz Woitowicz*
Rozinaldo Antonio Miani**

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A prática e a reflexão sobre a comunicação popular, comunitária e alternativa estão associadas, em diferentes países, à resistência cultural e política. No Brasil, é no período da ditadura civil-militar (1964-1985) que as experiências de comunicação popular, comunitária e alternativa consolidam práticas de contra-hegemonia protagonizadas por diversos grupos da sociedade civil, na luta pela garantia de direitos humanos e sociais. A partir da década de 1960, há uma série de experiências de comunicação, de caráter contra-hegemônico, que configuram um cenário em que a mídia era pensada pelo seu papel educativo, reivindicatório e mobilizador.

Assim, as formas de mídia contra-hegemônica, ao apresentarem outro modo de fazer comunicação, tiveram reflexos nos currículos dos cursos de comunicação e despertaram o interesse de pesquisadores, que começaram a se ocupar do estudo de processos e fenômenos relativos à comunicação popular, comunitária e alternativa.

Os pressupostos conceituais que dão base aos estudos e às reflexões dos referidos fenômenos comunicacionais foram se consolidando a partir das contribuições de pesquisadores que partiram do caráter participativo das experiências de comunicação. Nos países da América Latina, a relação entre a comunicação e os movimentos populares dá sustentação aos estudos na área. Luis Ramiro Beltrán parte da contraposição entre comunicação vertical/antidemocrática e horizontal/democrática para discutir as experiências de comunicação popular e alternativa. Fernando Reyes Matta sustenta que uma “outra” comunicação depende do grau de inserção destas práticas nos movimentos populares, de forma orgânica, sendo estas capazes de criar a identidade do movimento social a partir de seus próprios protagonistas. Mário Kaplún, por sua vez, refere-se aos meios de comunicação como instrumentos de educação popular, destacando

* Professora titular da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

** Professor adjunto da Universidade Estadual de Londrina

a importância dos veículos nas etapas de conhecimento da realidade, formulação crítica e estímulo à participação coletiva. E Máximo Grinberg, nos anos 1980, observa que a comunicação alternativa surge para gerar mensagens com concepções diferentes – ou opostas às – das difundidas pelos meios dominantes, apresentando uma diferença qualitativa em relação aos meios hegemônicos. A ênfase, portanto, está no conteúdo, identificado com discursos contra-hegemônicos.

No Brasil, os estudos em comunicação popular, comunitária e alternativa – em sintonia com a realidade dos países da América Latina – convergem em preocupações semelhantes, que se baseiam na articulação entre as experiências de comunicação e as expressões da cultura popular e dos movimentos de resistência. Luiz Beltrão, ainda nos anos 1960, desenvolveu, em sua Teoria da Folkcomunicação, um conceito de comunicação por meio do folclore em que diversos agentes e meios populares e informais de informação são entendidos como veículos de expressão de ideias dos grupos marginalizados.

Os estudos em comunicação popular, comunitária e alternativa, entretanto, se desenvolveram de forma mais sistemática a partir da década de 1980, destacando-se os trabalhos de Regina Festa² e as reflexões resultantes do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) em 1981 –, que teve como tema a contrainformação, entendida como espaço que se situa à margem do poder instituído, assim como em espaços de contradição dentro do poder. Além disso, organizações da sociedade civil – como a Oboré, o Centro de Pesquisa Vergueiro (CPV), o Centro de Educação Popular de São Miguel Paulista (Cemi), o Cepis, o Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo (Cefuria) e outros centros de pesquisa e de documentação dos movimentos sociais – inclusive os mais recentes, como o Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) – investiram (e alguns ainda continuam investindo) em pesquisas voltadas ao registro, à memória e à produção de conhecimento em torno da comunicação popular, comunitária e alternativa.

Nos últimos vinte anos, o interesse pelos fenômenos de uma comunicação contra-hegemônica ganhou relevo no meio acadêmico, acompanhando o fortalecimento de experiências de rádio e TV comunitária, o uso da internet como mídia contra-hegemônica e o desenvolvimento de práticas de comunicação protagonizadas pelos novos movimentos sociais e pelo terceiro setor. Destacam-se, neste contexto, os estudos de Cicília Peruzzo e Raquel Paiva, que tratam do caráter de mobilização coletiva presente na comunicação comunitária, uma vez que consideram o conteúdo crítico e emancipador dos veículos, com vistas à politização e à organização das comunidades. Novos objetos, experiências e abordagens, tratados pelas autoras,

2. Festa (1986), em seus estudos sobre a comunicação popular e alternativa no Brasil, caracteriza três fases da vida política e social do país, do período de 1960 a meados dos anos 1980, que geraram processos diferentes de comunicação alternativa e popular.

demonstram que a comunicação popular, comunitária e alternativa constitui um espaço dinâmico e atual de produção acadêmica.

A defesa do direito de comunicar como parte das lutas pela cidadania constitui atualmente o ponto de partida para os estudos na área. Este aspecto pode ser confirmado a partir da preocupação com o desenvolvimento de políticas democráticas de comunicação, que não apenas garantam o acesso a uma informação plural, mas também oportunizem a produção de conteúdos – conforme enunciado na Carta de São Bernardo do Campo, resultante do Seminário WACC/Unesco/Metodista de Mídia Cidadã, realizado em 2005.³ Os debates e as lutas em torno da democratização da comunicação repercutem diretamente no fortalecimento das pesquisas em comunicação popular, comunitária e alternativa, revelando uma aproximação entre as demandas sociais da área e a reflexão acadêmica.

Ao longo deste artigo, busca-se apresentar um mapeamento destas pesquisas, de modo a identificar a presença da comunicação popular, comunitária e alternativa nos estudos da área. Para tanto, serão trazidos dados sobre os grupos de pesquisa existentes no país, os programas de pós-graduação e um levantamento de trabalhos apresentados em eventos acadêmicos da área. Com esse mapeamento, pretende-se levantar alguns aspectos para conhecer e problematizar o campo da pesquisa em comunicação no Brasil, a partir da representatividade do campo da comunicação popular, comunitária e alternativa como reflexão teórica e prática política.

2 INDICADORES DA PRODUÇÃO ACADÊMICA EM COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E ALTERNATIVA

Uma das fontes de pesquisa para a identificação da presença da comunicação popular, comunitária e alternativa nos estudos da área reside nos grupos de pesquisa mantidos pelas instituições de ensino superior. Embora muitas iniciativas estejam registradas apenas nas instituições a que pertencem os pesquisadores, a base de dados do Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)⁴ constitui um ponto de partida para o mapeamento proposto.⁵ Do último censo, realizado em 2010, constam 48 grupos de pesquisa que fazem referência ao campo de pesquisa em comunicação popular, comunitária e alternativa.

3. "Reafirmamos que o princípio da comunicação como direito humano fundamental pressupõe não somente o acesso, mas a construção de conteúdos, a apropriação da tecnologia e a multiplicação da diversidade cultural e da socialização do conhecimento, contemplando políticas públicas de proteção dos conteúdos locais/regionais/nacionais e das indústrias criativas" (Gobbi, 2006, p. 243-244).

4. Disponível em: <<http://dgp.cnpq.br/censos/>>. Acesso em: 18 fev. 2012.

5. A consulta à base de dados deu-se por meio das seguintes palavras-chave: comunicação comunitária, comunicação popular, comunicação alternativa, folkcomunicação, mídia e cidadania. Foram comparados os grupos localizados em cada consulta, para evitar possíveis repetições que poderiam comprometer os resultados. Embora a pesquisa identifique grupos de áreas afins (administração, sociologia, saúde coletiva, psicologia, economia, linguística, antropologia, entre outras), foram considerados neste trabalho apenas os grupos de pesquisa situados na área da comunicação.

Na consulta realizada junto à base de dados, com o termo *comunicação comunitária*, foram localizados 24 grupos que atuam neste campo temático, sendo dezessete da área da comunicação: Comunicação Comunitária e Cidadania da Universidade de Brasília (UnB); Comunicação, Cultura e Desenvolvimento da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB); Comunicação e Cidadania da Universidade Federal de Alagoas (Ufal); Comunicação e História da Universidade Estadual de Londrina (UEL); Comunicação e Mídia na Amazônia Brasileira da Universidade Federal de Roraima (UFRR); Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (Emerge) da Universidade Federal Fluminense (UFF); Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Comunicação e Multimídia (Comulti) da Ufal; Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cidadania e Práticas Culturais da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG); Grupo Interdisciplinar de Pesquisa de Opinião Pública da UEL; Laboratório de Comunicação Social Aplicada (Lacosa) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Núcleo de Documentação dos Movimentos Sociais da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); Núcleo de Pesquisa em Comunicação Popular (NCP) da UEL; Núcleo de Pesquisa em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável: Educação, Comunicação e Economia da Universidade Federal do Tocantins (UFT); Pragmática da Comunicação e da Mídia: Teorias, Linguagens, Indústrias Culturais e Cidadania (Pragma) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); Redes de Comunicação da Universidade do Vale do Itajaí (Univali); e Relações Públicas e Cidadania da UEL.

A pesquisa com o termo *comunicação popular* indicou a existência de 44 grupos, sendo quinze na área da comunicação, o que revela a presença significativa do tema em áreas afins. Como cinco destes grupos já foram indicados na busca referente à *comunicação comunitária*, eles não serão repetidos; além deles, constam os seguintes: Ciência, Comunicação e Sociedade da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Comunicação e Cultura da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste); Comunicação, Música e Sociedade da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC); Comunicação, Sociedade e Cultura da Universidade Federal do Paraná (UFPR); Cultura, Comunicação e Música Popular Massiva da Ufal; Estética e Linguagem na Arte e no Design da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Estudos da Comunicação e Cultura da Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP); Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN); Media Education da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) e Núcleo de Pesquisa em Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Com a expressão *mídia e cidadania*, foram localizados 26 grupos no total. Destes, dezesseis situam-se na área da comunicação e cinco já constam de consultas com outros termos, o que permite identificar os seguintes grupos de pesquisa:

Comunicação e Processos Culturais da Universidade Federal de Goiás (UFG); Estudos de Comunicação e Linguagem (COLING) da UMESP; Gestão e Marketing na Cultura da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação, Políticas Públicas e Cidadania da UFSM; Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade da Universidade de Santo Amaro (Unisa); História, Mídia e Sociedade da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP); Mídia, Cultura e Cidadania da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mídia, Linguagem e Educação da UFPR; Mídia, Política e Cultura da Universidade Federal do Ceará (UFC); Monitor de Mídia da Univali; e Sociedade Midiática em Goiás da UFG.

A busca pelos termos *comunicação alternativa* e *mídia alternativa*, por sua vez, resultou na identificação de 22 grupos de pesquisa, sendo apenas seis da área da comunicação. Como três deles já foram mencionados, constam os seguintes: Amazônia, Jornalismo e Comunicação (Amajor) da Universidade Federal do Acre (UFAC); Jornalismo e Construção da Cidadania da Universidade de São Paulo (USP); e Mídias Alternativas na Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA).

A última palavra-chave utilizada para a realização do mapeamento, *folkcomunicação*, foi escolhida pela proximidade com os estudos de cultura e comunicação popular. Nesta consulta, apareceram dez ocorrências, sendo nove da área da comunicação. Como já foram identificados dois grupos com outros termos, constam os seguintes: Centro Folkcom de Pesquisa da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG); Comunicação, Economia Política e Diversidade (Comum) da Universidade Federal do Piauí (UFPI); Comunicação, Cultura e Mídia da UFRN; Estudos de Folkcomunicação da UESC; Grupo de Estudos sobre Cibermuseus (GREC) da Universidade Federal da Bahia (UFBA); Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Ciência e Sociedade da Universidade Federal de Viçosa (UFV); e Mídia, Cultura e Memória da Universidade Paulista (UNIP).

Esse mapeamento revela que dos 378 grupos que constam do Diretório do CNPq, parte significativa (12,6%) apresenta alguma relação com a comunicação popular, comunitária e alternativa. Interessante notar também que a comunicação é tema e objeto de diferentes áreas do conhecimento, aparecendo de forma representativa principalmente nas consultas sobre *comunicação popular* na referida base de dados.

Além dos grupos de pesquisa cadastrados no CNPq, foi realizada para este trabalho uma consulta junto aos programas de pós-graduação do país para identificar a presença (ou não) da perspectiva da comunicação popular, comunitária e alternativa nas linhas de pesquisa dos cursos de mestrado e doutorado.⁶

6. As fontes utilizadas para consulta junto aos programas de pós-graduação em comunicação estão disponíveis na Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), em: <<http://www.capes.gov.br/cursos-recomendados>>, e na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), em: <<http://www.compos.org.br>>.

Percebe-se que, na descrição das linhas dos 57 programas em comunicação (sendo 41 mestrados e dezesseis doutorados), em geral bastante amplas, há pouco espaço para tematizar as pesquisas em comunicação popular, comunitária e alternativa. Embora existam diversos grupos de pesquisa, mantidos por pesquisadores que integram tais programas, observa-se que as linhas não refletem a realidade da pesquisa no tema em questão.

Entende-se, contudo, que – pela abrangência proposta nas linhas – estudos ligados à mídia cidadã e à comunicação popular, comunitária e alternativa poderiam ser abarcados. Em uma consulta ao Banco de Teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes),⁷ que registra as teses e as dissertações defendidas desde 1987 no Brasil, foram identificados oitenta trabalhos que apresentam como palavra-chave comunicação alternativa; 74, comunicação popular; 51, comunicação comunitária; 35, mídia cidadã; e 25, folkcomunicação, o que demonstra o interesse e a representatividade do tema na produção acadêmica da área.

Porém, entre todos os programas consultados no país, apenas quatro anunciam em suas linhas aspectos que contemplam um diálogo com a perspectiva da comunicação popular, comunitária e alternativa. A seguir, apresenta-se de forma sintética a orientação destes programas, para identificação das tendências de estudos na área.⁸

O Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (mestrado e doutorado) volta-se, em uma de suas linhas, para a educomunicação, a cultura e a cidadania. Ao enfocar em sua área de concentração as “interfaces sociais da comunicação”, o programa mantém linhas de pesquisa em comunicação, cultura e cidadania, bem como políticas e estratégias de comunicação e comunicação e educação; em enfoques que contemplam estudos sobre as relações da comunicação com as práticas sociais.

O Programa de Mestrado em Mídia e Cidadania da UFG mantém, na área de concentração em *comunicação, cultura e cidadania*, as linhas de pesquisa *mídia e cidadania* e *mídia e cultura*. Na primeira, o programa contempla “estudos que envolvem a natureza e estrutura das intervenções midiáticas na formação e dinâmica de esferas públicas democráticas, plurais e emancipatórias”.

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul mantém um programa de mestrado em comunicação com enfoque nas “transformações comunicacionais e comunidades”. Nesta linha, as pesquisas dirigem-se para as relações da comunicação com as diversas comunidades, reunindo estudos sobre “novas dinâmicas da comunicação nas organizações; inovações tecnológicas nos processos sociais

7. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/banco-de-teses>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

8. As informações utilizadas na apresentação das linhas de pesquisa foram extraídas dos *sites* dos programas de pós-graduação das respectivas instituições de ensino. Último acesso em janeiro e fevereiro de 2012.

da comunicação; transformações das mídias na sociedade; desdobramentos das culturas regionais, memória e imaginário social em novos contextos da comunicação; mudanças nas relações entre comunicação e educação”.

O Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, por sua vez, apresenta aproximações com a comunicação popular, comunitária e alternativa em suas duas linhas: “comunicação, educação e formações socioculturais”, que “se propõe a desenvolver pesquisas sobre a formação de professores e estudantes para as novas tecnologias, a inserção e apropriação das tecnologias da comunicação nas experiências educativas, a dimensão educativa da comunicação popular, bem como desafios da interculturalidade para a educação”; e “comunicação, política e atores coletivos”, que “privilegia as formas pelas quais os agentes políticos – partidos e governos – e os atores sociais – movimentos sociais, organizações não governamentais (ONGs), entidades públicas e privadas – se relacionam na e pela mídia para sensibilizar a opinião pública e mobilizar a esfera política”.

Com base nessas informações, nota-se que são poucos (menos de 10%) os programas que anunciam, em suas linhas, uma vinculação aos estudos de comunicação que privilegiam as relações com as comunidades, os movimentos sociais e as práticas de cidadania, nas diferentes perspectivas adotadas pelas instituições.

Quanto à pós-graduação *lato sensu* (cursos de especialização), a tentativa de mapear a produção em comunicação popular, comunitária e alternativa se torna uma tarefa ingrata. A principal dificuldade para um levantamento mais preciso da realidade neste âmbito acadêmico é o fato de não haver um banco de dados centralizado, o que exige que se faça uma varredura em cada uma das instituições de ensino que oferece cursos de comunicação, tarefa que necessitaria de mais tempo para a sua execução.

Em relação a esse contexto, o que se pode indicar é que, em 2002, quando foi criado o curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária na Universidade Estadual de Londrina, tratava-se do primeiro curso de especialização na referida área. Uma década depois, nenhuma outra experiência com igual especificidade foi identificada. Já são oito turmas concluídas com mais de cem pesquisas desenvolvidas, envolvendo pesquisadores oriundos de várias áreas do conhecimento, apresentando suas contribuições para a consolidação de campo de pesquisa.

Além disso, alguns cursos de aperfeiçoamento ou algumas disciplinas específicas em cursos de especialização com outros enfoques (como o curso de especialização em Mídia, Política e Atores Sociais da Universidade Estadual de Ponta Grossa) são encontrados; porém, não há uma sistematização dessas experiências, e isso dificulta a análise da presença efetiva da discussão sobre a comunicação popular, comunitária e alternativa no âmbito da pós-graduação *lato sensu*.

Outro espaço privilegiado para a discussão da comunicação popular, comunitária e alternativa no interior do campo da comunicação é o espaço dos eventos. Nessa questão, os eventos específicos não são quantitativamente significativos, mas devem ser considerados fundamentais para a consolidação da pesquisa na área.

A esse respeito, merece destaque a iniciativa do Núcleo de Estudos da Comunicação Comunitária e Local (Comuni), da Universidade Metodista de São Paulo, que já realizou sete edições do Encontro de Comunicação Comunitária e Cidadania. O evento é o primeiro de que temos registro que privilegia a disseminação específica de “pesquisas teóricas e experiências de comunicação popular-comunitária e alternativa, além de trabalhos que relacionam o tema no contexto da mídia e educação”.⁹ Outro centro específico de produção e disseminação de estudos sobre a comunicação popular, comunitária e alternativa é o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que já realizou três edições do Encontro de Comunicação Comunitária.¹⁰

Mais recentemente, como desdobramento do curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina – e como atividade do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Popular –, foi realizado em junho de 2010, em Londrina, no Paraná, o I Simpósio em Comunicação Popular e Comunitária. A realização do referido evento apresentou como justificativa o atendimento da demanda pela “criação de um espaço para disseminação e diálogo entre pesquisadores e ativistas em comunicação popular e comunitária, bem como comunicação alternativa, e pretende consolidar Londrina como um dos principais núcleos produtores e disseminadores de produção científica voltada para a compreensão de uma comunicação contra-hegemônica no contexto dos movimentos sociais e da disputa pela hegemonia na sociedade”.¹¹ Para 2012, mais especificamente no mês de maio, foi organizado o II Simpósio em Comunicação Popular e Comunitária, também para acontecer na cidade de Londrina-PR.

O levantamento apresentado indica, portanto, que há uma significativa produção acadêmica em comunicação popular, comunitária e alternativa, demonstrada pelo significativo número de grupos de pesquisa e de trabalhos desenvolvidos nesta área, ao mesmo tempo em que aponta para a necessidade de fortalecer os estudos em comunicação popular, comunitária e alternativa nos programas de pós-graduação existentes no país – tanto *stricto sensu* como *lato sensu* –, bem como para uma

9. Outras informações podem ser obtidas disponíveis em: <<http://www.grupocomuni.blogspot.com>>.

10. A terceira edição do Encontro de Comunicação Comunitária do LECC foi realizada em novembro de 2008. Outras informações disponíveis em: <<http://leccufrj.wordpress.com>>.

11. Disponível em: <<http://www.uel.br/grupo-pesquisa/ncp>>.

ampliação na organização de eventos na área, como forma de contribuir de maneira mais efetiva para a compreensão dos processos envolvendo a democratização da mídia e a construção de perspectivas contra-hegemônicas no campo da comunicação.

Reconhecemos a legitimidade atribuída às atividades acadêmicas de pesquisa, de modo particular, e às universidades, de modo geral, quando se trata da constituição de um campo de conhecimento; no entanto, não podemos negligenciar as contribuições, tanto para a pesquisa quanto para a produção, da participação de algumas organizações sociais na consolidação desses mesmos campos de conhecimento.

No caso específico da comunicação popular, comunitária e alternativa, apesar de não termos um levantamento mais detalhado e minucioso em relação às entidades e às organizações sociais que atuam na produção de conhecimentos, não poderíamos deixar de registrar a fundamental contribuição de algumas dessas organizações para a pesquisa e a produção comunicativa na referida área.

O Núcleo Piratininga de Comunicação, com sede no Rio de Janeiro, é uma dessas organizações, pois – além de várias produções comunicativas que realiza para diversas entidades e grupos sociais e políticos, principalmente sindicatos – realiza, desde 1994, um curso anual de formação para militantes, ativistas, profissionais e pesquisadores da área da comunicação, na perspectiva de fortalecimento de uma comunicação contra-hegemônica.

A Oboré, Projetos Especiais em Comunicação e Artes, com sede em São Paulo, também tem uma história e uma trajetória de compromisso com a produção e a pesquisa em comunicação popular, comunitária e alternativa. O CPV, que atualmente funciona apenas como centro de documentação e pesquisa – bem como o Cemi, já extinto, e o Cefuria, ainda com atuação junto aos movimentos sociais, porém atuando de forma mais diversificada –, não poderia ser esquecido, em razão de seu passado de incontestável contribuição para a consolidação de uma comunicação comprometida com as lutas populares.

Alguns sindicatos também poderiam ser lembrados pela sua valorosa contribuição aos processos de produção comunicativa e de conhecimentos na área da comunicação popular, comunitária e alternativa – por exemplo, o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC e o Sindicato dos Bancários de São Paulo. Essas referências não acadêmicas só ressaltam a necessidade de se atentar para outros centros de produção de conhecimento, tão importantes quanto os espaços das universidades e dos centros de pesquisas.

3 O ESPAÇO DA COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E ALTERNATIVA NAS ENTIDADES REPRESENTATIVAS DOS PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO

Todo campo de conhecimento tem suas entidades representativas de pesquisadores. Na área da comunicação no Brasil, entre várias entidades que atuam em segmentos específicos do campo, os autores deste capítulo destacam a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e a Intercom, que são as organizações com maior expressão e representatividade quando se trata de pesquisa em comunicação.

Apesar de sua grande representatividade para a pesquisa em comunicação, apenas em 2010 a Compós instituiu um grupo de trabalho (GT) com especificidade para as discussões da comunicação popular, comunitária e alternativa; trata-se do GT Comunicação e Cidadania. Antes disso, as pesquisas nessas temáticas ou eram preteridas ou ficavam espalhadas por outros grupos de trabalho (especialmente no GT Economia Política da Comunicação), desde que combinados com outros focos de pesquisa.

Já a Intercom tem tradição na valorização de pesquisas na área da comunicação popular, comunitária e alternativa, inclusive tendo sido tema central em alguns congressos. O processo de consolidação de um espaço específico para o debate de pesquisas nas referidas áreas ganhou fôlego com a constituição, em 1990, do GT de Cultura e Comunicação Popular e se solidificou definitivamente, em 2001, com a criação do GT Comunicação para a Cidadania.¹²

Desde 2001, a Intercom abriga o Grupo de Pesquisa (GP) Comunicação para a Cidadania, e, ao longo de onze anos, 321 trabalhos foram selecionados para apresentação nos congressos da Intercom, o que faz do referido grupo de pesquisa um dos mais regulares e produtivos da entidade. Em 2001, 23 trabalhos foram selecionados; em 2002, dezenove trabalhos; em 2003, vinte artigos; em 2004, 28 trabalhos; e em 2005, 24 artigos. Em 2006, o então Núcleo de Pesquisa (NP) Comunicação para a Cidadania incorporou o NP Comunicação e Cultura das Minorias e selecionou 25 trabalhos para serem apresentados; em 2007, foram escolhidos trinta 30 trabalhos; em 2008, 33 trabalhos; em 2009, 45 artigos; em 2010, 41 trabalhos; e, por fim, em 2011, 33 artigos.

Após a identificação dos 321 artigos, fez-se uma rápida observação para verificar a incidência de determinadas palavras-chave que pudessem comprovar a presença da especificidade da comunicação popular, comunitária e alternativa nas respectivas pesquisas. Como não poderia deixar de ser, a palavra *cidadania* foi a

12. A denominação dos grupos passou de grupo de trabalho (GT) para núcleo de pesquisa (NP); atualmente, estes são identificados como grupos de pesquisa (GP).

mais recorrente e foi indicada como palavra-chave, ou compunha o título do artigo, de 133 trabalhos. *Comunicação comunitária* foi apontada como palavra-chave em 45 artigos, *comunicação popular* apareceu em 21 trabalhos e *comunicação alternativa* foi a referência para outras dezessete pesquisas.

Há de se registrar o uso de outras palavras-chave que também representam bem a área específica de nosso estudo; quais sejam, comunicação contra-hegemônica, mídia radical, mídia livre, além de outras subáreas que compõem a área da comunicação popular, comunitária e alternativa, como comunicação sindical, relações públicas comunitárias, TV comunitária e – com significativo destaque – rádio comunitária, que foi apontada como palavra-chave de vinte trabalhos.

Ainda sobre as palavras-chave, que definem o teor das pesquisas submetidas ao GP Comunicação para a Cidadania da Intercom, vale destacar a indicação de *movimento social* e *movimento popular* que, juntas, estiveram presentes em quarenta artigos, além da explicitação do próprio movimento analisado, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) – que foi objeto de nove pesquisas – e o movimento *hip hop* – que foi analisado em três artigos. A presença dessas palavras-chave reforça a compreensão de que o movimento social e popular é um dos contextos predominantes das experiências em comunicação popular, comunitária e alternativa.

Como desdobramento do expressivo volume de pesquisas desenvolvidas e, consequentemente, da significativa produção acadêmica em comunicação popular, comunitária e alternativa disseminada nos encontros regulares da Intercom, algumas importantes iniciativas de publicação de livros na área foram registradas.

Na década de 1990, merece destaque a coletânea *Comunicação e culturas populares*,¹³ organizada por Cicília Peruzzo, que contém dez artigos apresentados por pesquisadores do GT Cultura e Comunicação Popular em 1991, 1992 e 1993. Em 2006, outra publicação¹⁴ também reuniu artigos de pesquisadores do NP Comunicação para a Cidadania; o livro foi organizado por Denise Cogo e João Maia e contou com oito trabalhos que foram apresentados originalmente no congresso de 2005. Em 2008, Bruno Fuser organizou uma publicação¹⁵ que reuniu dezesseis artigos que haviam sido apresentados no NP Comunicação para a Cidadania no congresso de 2007. Por fim, em 2010, Alexandre Barbalho, Bruno Fuser e Denise Cogo organizaram uma coletânea¹⁶ com quinze artigos que foram apresentados nos congressos de 2008 e 2009.

13. Peruzzo (1995).

14. Cogo e Maia (2006).

15. Fuser (2008).

16. Barbalho, Fuser e Cogo (2010).

3.1 A representatividade da mídia alternativa no GT da Alcar para os estudos da comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil

Além da Compós e da Intercom, existem inúmeras outras entidades que reúnem pesquisadores em comunicação; destaca-se, neste estudo, a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), pois se trata de uma entidade que tem um dos espaços mais consolidados para o debate e a disseminação de pesquisas em comunicação popular, comunitária e alternativa, pelo viés da história da mídia.

Os dados e os elementos apresentados a seguir foram sistematizados a partir dos trabalhos apresentados no GT de História da Mídia Alternativa da Alcar, no período 2005-2011, que constitui uma fonte para a identificação da produção acadêmica no campo da comunicação popular, comunitária e alternativa. Vale observar que o grupo teve início no III Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, em Novo Hamburgo-RS, a partir da necessidade de construir e registrar outra história da mídia, contada por veículos que, na maioria das vezes, se situam à margem dos registros oficiais. Assim, o grupo passou a contemplar pesquisas e experiências envolvendo a história e a memória de meios de comunicação alternativa, as características da mídia popular/comunitária/alternativa/independente em diferentes períodos históricos, bem como personagens e temáticas relacionadas a uma comunicação contra-hegemônica.

A contribuição do GT de História da Mídia Alternativa está em preencher uma lacuna nos estudos e nos levantamentos já existentes sobre a história da comunicação no Brasil, que poucas vezes consideram a importância, a ação e a influência de veículos e espaços de mídia alternativa.

No período considerado (2005-2011), foram submetidos 103 trabalhos de pesquisadores e pesquisadoras de diferentes regiões do país, sendo 93 baseados em pesquisa empírica e apenas dez de natureza teórica.

No Encontro de História da Mídia em 2005 (Novo Hamburgo-RS), foram dez trabalhos inscritos; em 2006 (São Luis-MA), somaram-se quinze trabalhos; em 2007 (São Paulo-SP), integraram o grupo onze artigos; em 2008 (Niterói-RJ), o GT contou com 27 trabalhos publicados nos anais; em 2009 (Fortaleza-CE), foram dezoito trabalhos apresentados; e em 2011, foram 21. A partir de 2009, o Encontro de História da Mídia se tornou bienal e, por isso, só voltou a ser realizado em 2011; em 2010, foram realizados encontros regionais.

Dos trabalhos apresentados, envolvendo pesquisa empírica e bibliográfica sobre a história e a memória de veículos que apresentam uma perspectiva alternativa (seja pelo viés contra-hegemônico, popular, comunitário, de oposição, independente, entre outras variações), destacam-se os artigos que tratam da imprensa alternativa durante

a ditadura militar no Brasil, sendo este o período mais expressivo que consolidou a comunicação alternativa. Foram apresentados quatorze trabalhos sobre a imprensa de oposição ao regime político e ainda outros artigos relativos à resistência à ditadura militar brasileira que apresentam um enfoque específico – como as impressas anarquista, homossexual (quatro trabalhos) e feminista (quatro trabalhos) –, totalizando, assim, 24 produções do GT de História da Mídia Alternativa sobre a referida temática.

Também são representativos, ao longo dos sete anos de existência do grupo, os trabalhos sobre veículos de comunicação de determinados grupos e minorias sociais, que somam dezenove trabalhos. Entre os temas que se identificam com esta perspectiva, estão a imprensa de imigrantes, a imprensa eclesiástica de imigrantes, a imprensa estudantil, a imprensa feminista (dois trabalhos), a imprensa operária e sindical (cinco trabalhos), a imprensa de movimentos sociais, o jornalismo ambiental, o jornalismo cultural e contracultural (quatro trabalhos), a produção radiofônica ligada à cultura afro-religiosa (dois trabalhos), veículos de presos/condenados e a comunicação no terceiro setor. Trata-se de trabalhos focados em grupos de interesse distintos e que revelam a importância da comunicação alternativa na expressão e na visibilidade de determinados setores sociais.

São também expressivos na produção do GT de História da Mídia Alternativa os trabalhos sobre radiodifusão comunitária, que somam quinze artigos. Análises de outros tipos de produções alternativas totalizam 28 artigos, envolvendo experiências de jornalismo independente, alternativo e contra-hegemônico (dez trabalhos), fanzines (três trabalhos), jornalismo de bairro (cinco trabalhos), jornalismo alternativo em redes digitais (três trabalhos), produção alternativa audiovisual (três trabalhos), minorias sociais no Orkut, história do cordel e camiseta e arte postal.

O grupo registra ainda cinco trabalhos com aproximações temáticas relativas à comunicação alternativa, envolvendo redes informais de comunicação, cultura popular e comunicação educativa; um trabalho analisando a experiência acadêmica da disciplina de jornalismo comunitário; um artigo analisando a história da África, utilizando-se de produção comunicativa; além de oito artigos com abordagens conceituais sobre mídia alternativa (como mídia de oposição, contra-hegemônica, anticapitalista, clandestina, entre outras perspectivas) e outros dois artigos de natureza biográfica. Observa-se também que a maioria dos trabalhos, embora apresente análises e aspectos resultantes de pesquisa empírica e bibliográfica, busca traçar elementos para caracterizar conceitualmente a mídia alternativa, contribuindo assim para a delimitação e o aprofundamento do conceito.

A tabela 1 ilustra o levantamento referente às temáticas dos trabalhos apresentados nos congressos da Alcar.

TABELA 1

Levantamento das temáticas dos trabalhos apresentados em congressos da Alcar

Temáticas	Número de trabalhos
Comunicação comunitária/independente/contra-hegemônica	28
Resistência à ditadura	24
Minorias sociais	19
Rádiodifusão comunitária	15
Trabalhos conceituais	8
Aproximações temáticas	5
Trabalhos biográficos	2
Experiência acadêmica	1
Produção comunicativa	1

Fonte: Alcar ([s.d.]).

Os trabalhos apresentados no GT de História da Mídia Alternativa contam, em grande parte (30 trabalhos), com pesquisa histórica documental como referencial metodológico de pesquisa. Trata-se de estudos que elaboram levantamentos e análises de veículos, a partir de uma base de dados construída por meio de acervos públicos e pessoais. Também são representativas as pesquisas que realizam análises dos próprios produtos, destacando temáticas, características técnicas e editoriais e aspectos variados dos veículos investigados. Este tipo de pesquisa, baseada em um referencial metodológico elaborado a partir dos materiais observados, soma 36 trabalhos.

Metodologias apropriadas da área da história, como a história oral e a análise biográfica, estão também presentes nos trabalhos do grupo, totalizando onze trabalhos. E, ainda, parte significativa dos estudos (quinze trabalhos) apresenta a pesquisa histórica bibliográfica como base para observação dos veículos de mídia alternativa ou para a construção de reflexões teóricas.

Aportes metodológicos da semiologia serviram como base para cinco trabalhos, que acionam o referencial da análise de discurso como instrumento de investigação. Outros trabalhos se sustentam na pesquisa participante e na pesquisa-ação (seis trabalhos), abordando os veículos a partir da intervenção dos investigadores, e outros dois ainda utilizam a etnografia como recurso metodológico para análise da mídia alternativa.

Observa-se, com base nesses elementos, que apenas um trabalho se baseia em pesquisa propriamente quantitativa, sendo os demais focados em metodologias de pesquisa qualitativa, ainda que eventualmente utilizem levantamentos e dados para contextualizar as temáticas abordadas.

É importante destacar que alguns trabalhos não explicitam o referencial metodológico utilizado e outros se baseiam em mais de uma metodologia para compor o estudo. Por este motivo, o número de trabalhos apresentados não corresponde à totalidade das produções.

A tabela 2 sistematiza as metodologias utilizadas nos trabalhos do GT de História da Mídia Alternativa.

TABELA 2
Metodologias utilizadas nos trabalhos do GT de História da Mídia Alternativa

Metodologias	Número de trabalhos
Análise da produção	36
Pesquisa histórica: documental	30
Pesquisa histórica: bibliográfica	15
História oral/análise biográfica	11
Semiologia	5
Pesquisa participante/Pesquisa-ação	6
Etnografia	2
Pesquisa quantitativa	1

Fonte: Alcar ([s.d.]).

Parte significativa dos trabalhos apresentados no GT de História da Mídia Alternativa (um total de dezoito) não se sustenta propriamente em uma teoria da comunicação, da história ou de áreas afins, mas se baseia em uma bibliografia de história da comunicação, que se revela recorrente nos estudos de mídia alternativa. Além deste número, esta base de pesquisa também está contemplada em diversos outros trabalhos, como parte da contextualização histórica dos objetos investigados.

No que diz respeito ao referencial teórico acionado nos trabalhos do grupo, observa-se que a maior parte dos artigos apresenta bases da comunicação comunitária (21 trabalhos) e da comunicação alternativa e radical (dezessete trabalhos), totalizando 38 artigos fundamentados em uma leitura teórica e conceitual que considera as especificidades da produção midiática alternativa.

Outras duas teorias recorrentes nas pesquisas são as teorias do jornalismo (verificadas em doze trabalhos) e da análise de discurso (em um total de sete artigos), que aparecem como bases teórico-conceituais para a análise dos veículos estudados.

Também é importante destacar os estudos interdisciplinares (que articulam a comunicação a outras áreas do conhecimento, como a sociologia, a psicologia, a antropologia, a linguística, entre outras) como referenciais utilizados para compor um quadro de referências para as pesquisas em história da mídia (no grupo, foram registrados oito trabalhos com este enfoque). Na mesma perspectiva, também são registrados sete trabalhos baseados nos referenciais da nova história,

da história social e da história cultural, que demonstram as aproximações teóricas entre os estudos de comunicação e de história nas pesquisas desenvolvidas no grupo.

Outros trabalhos apresentam os estudos culturais e as teorias latino-americanas como cenário teórico (sete artigos), e ainda foram registrados três trabalhos que utilizam o referencial da folkcomunicação como base para fundamentar os estudos de mídia alternativa.

É importante considerar que alguns trabalhos não explicitam o referencial teórico adotado, ou se baseiam em análise histórica e contextual dos meios de comunicação, não sendo possível identificar um referencial teórico de base.

A tabela 3 mostra o mapeamento das bases teóricas mais utilizadas nos trabalhos do grupo, ao longo das edições do congresso da Alcar.

TABELA 3

Bases teóricas mais utilizadas nos trabalhos do GT de História da Mídia Alternativa nas edições dos congressos da Alcar

Teorias utilizadas	Número de trabalhos
Estudos de comunicação comunitária, popular, alternativa e/ou radical	38
Teorias do jornalismo	12
Análise de discurso	7
Estudos culturais/teorias latino-americanas	7
Folkcomunicação	3
Estudos interdisciplinares	8
Nova história/história social/história cultural	7

Fonte: Alcar ([s.d.]).

A maior parte dos trabalhos apresentados no GT de História da Mídia Alternativa (82 trabalhos) refere-se a veículos de comunicação. Os demais 21 abordam experiências envolvendo a comunicação comunitária, popular e alternativa (que não apresentam foco em veículos), a observação de processos comunicacionais e as abordagens teórico-conceituais sobre comunicação alternativa. Assim, as informações apresentadas a seguir dizem respeito apenas aos trabalhos que envolvem pesquisa bibliográfica e empírica em torno de veículos de comunicação, seja oferecendo mapeamentos de determinado segmento de mídia alternativa (como jornais de bairro, imprensa alternativa de resistência à ditadura militar, imprensa homossexual, rádios comunitárias, imprensa sindical, estudantil, anarquista, entre outros) ou traçando recortes geográficos e temporais.

O panorama que segue indica a contribuição do GT no registro da história e da memória da mídia alternativa, ao valorizar experiências, veículos e personagens que compõem partes significativas (e muitas vezes desconhecidas) da história da comunicação.

Dos quatorze trabalhos que tratam diretamente da imprensa de resistência à ditadura militar brasileira, destacam-se o registro histórico dos jornais *Movimento* (tema de três trabalhos), *Opinião* (abordado em dois trabalhos), *Pasquim* (dois trabalhos), *O Berro*, *Resistência*, *Informação*, *Repórter*, *Pif Paf* e *Coojournal*, bem como levantamentos sobre os jornais alternativos que circularam no referido período, em diferentes regiões do país. É importante destacar que, destes, dois trabalhos se apresentam como relatos de experiência de jornalistas que atuaram na resistência à ditadura (*O Berro* e *Resistência*).

Das produções alternativas que envolvem impressos comunitários, independentes, de oposição, culturais e temáticos, registram-se 28 trabalhos no GT, sendo um dos periódicos (*Jornal Pessoal*) tema de quatro trabalhos e os jornais de bairro de Porto Alegre-RS tema de outros três artigos. Além destes, destaca-se a contribuição do grupo no mapeamento da imprensa operária e sindical no Paraná, dos jornais estudantis no Maranhão, dos jornais anarquistas e contraculturais que circularam durante a ditadura militar brasileira, da produção comunicativa do MST, da imprensa contra-hegemônica do período da Independência e da história da literatura de cordel. Em relação aos veículos abordados, ressalta-se a tematização das seguintes publicações: *Folha Martin Pilger* (dois trabalhos), revista *Caros Amigos*, jornal *Luta e Prazer*, jornal *Brasil Agora*, revista *Sem Terra*, *Tribuna da Luta Operária*, *A Classe Operária*, *Boletim Quinzena*, *Boletim EAgora?*, boletim *Sindiluta*, jornal *Grimpa*, jornal *Kalabari*, revista *Ecologia e Desenvolvimento*, jornal *Tapejara* e jornal *A Manhã*.

Entre os jornais relacionados a minorias sociais, registram-se onze trabalhos, sendo cinco sobre a imprensa homossexual, quatro sobre a imprensa feminista, um sobre a imprensa de imigrantes e os jornais feitos por pessoas no cárcere; registram-se, ainda, cinco trabalhos analisando as seguintes publicações: *Lampião da Esquina* (homossexual), *Folha Dominical* (Igreja Luterana Alemã do Brasil) e os jornais *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres*, *Mulherio* e *Brasília Mulher* (feministas).

No suporte sonoro, registram-se dezesseis trabalhos no GT, sendo doze sobre emissoras e quatro sobre programas de rádio de caráter comunitário. Constam destas produções os programas afro-religiosos no Maranhão; o programa *Axé*; o programa *La Voz Del Cerro*; o programa *Rede Terecom*; a rádio *Mandacaru FM*; a rádio *Estação Apache*; as rádios maranhenses *Bacanga* e *Conquista FM*; a rádio *Heliópolis*; a rádio *Nova Geração* (Jataizinho-PR); a *Mega FM* (dois trabalhos); as rádios *Parente FM*, *Mucajaí* e *Iracema*, todas da região amazônica; a *Rede de Alto Falantes* no Paraná; bem como trabalhos sobre o cenário e as políticas de radiodifusão comunitária e projetos de apoio às emissoras.

Outros tipos de produção alternativa, em suportes variados, somam dez trabalhos: três fanzines (*Nanquim*, *Shape A* e um trabalho analisando três fanzines

produzidos pela Unitins: *Paralelopédo*, *PaPaPiPaPaPa e Aperitivos*), três audiovisuais (*Casa dos Jedi*, “100 Canal” e um vídeo-documentário na região amazônica) e quatro trabalhos sobre mídia digital, envolvendo a historiografia na comunicação alternativa na *web*, *sites* antiglobalização, o Centro de Mídia Independente e as recentes comunidades de minorias sociais no Orkut. Ainda se contaram dois trabalhos analisando arte postal e camiseta como expressão de comunicação alternativa e um trabalho de produção comunicativa relacionado à história da África.

Segue a tabela 4, com a sistematização dos tipos de veículo estudados pelos pesquisadores do GT de História da Mídia Alternativa da Alcar.

TABELA 4

Tipos de veículos estudados pelos pesquisadores do GT de História da Mídia Alternativa da Alcar

Tipo de veículo	Número de trabalhos
Jornais: resistência à ditadura	14
Impressos: comunitários, independentes, de oposição, culturais e temáticos	28
Jornais: minorias sociais	16
Rádios (programas e emissoras)	16
Fanzines	3
Mídia audiovisual	3
Mídia digital	4
Outras expressões comunicativas	3

Fonte: Alcar ([s.d.]).

Dos trabalhos apresentados no GT de História da Mídia Alternativa, quatorze se caracterizam como relatos de experiência. Sete estão relacionados a produções comunicativas: *Folha Martin Pilger*, *Resistência*, *O Berro*, Grupo de Apoio às Rádios Comunitárias (GAP), *Jornal Grimpa*, projeto Escritores da Própria História e *Fanzine Shape A*; quatro trabalhos estão relacionados à experiência de um projeto de extensão na região amazônica; e os outros três são relatos de experiência de atividades acadêmicas que acompanharam a realização de produções comunicativas comunitárias. Alguns outros trabalhos, embora indiquem alguma proximidade com o objeto estudado, não foram caracterizados como relatos de experiência por não evidenciarem explicitamente a participação direta dos autores na execução de veículos e propostas.

Resgatar a trajetória de veículos de comunicação alternativos e construir a memória de produtos midiáticos, personagens e temas relacionados à mídia contra-hegemônica, popular, comunitária e/ou independente; este é o objetivo assumido pelos pesquisadores que integram o GT de História da Mídia Alternativa. Os trabalhos apresentados no GT tematizam a comunicação alternativa em tempos de ditadura e repressão; a mídia nos movimentos sociais e de resistência; a comunicação nas organizações de bairro e comunidades; a comunicação

operária e sindical; a mídia nos grupos étnicos e minorias representativas; a mídia estudantil; e a comunicação em entidades, instituições, ONGs, bem como nos demais espaços de produção independente e popular de comunicação. Ou seja, os pesquisadores que integram este grupo privilegiam em seus trabalhos os espaços “marginais” de comunicação, oferecendo alguns elementos para compreender o papel e a influência da mídia alternativa na história brasileira.

Desse modo, ao se somar aos demais grupos de trabalho da Alcar, o GT vem demarcando, a cada edição dos congressos, sua contribuição no registro histórico da comunicação no Brasil, revelando-se um importante espaço para o estudo da comunicação popular, comunitária e alternativa.

REFERÊNCIAS

ALCAR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE HISTÓRIA DA MÍDIA. **Encontros nacionais**. Porto Alegre: UFRGS, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1>>.

BARBALHO, A.; FUSER, B.; COGO, D. (Org.). **Comunicação para a cidadania**: temas e aportes teórico-metodológicos. São Paulo: Intercom, 2010. (Coleção Verde-Amarela, n. 5 – O brado retumbante).

COGO, D.; MAIA, J. (Org.). **Comunicação para a cidadania**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2006.

FESTA, R. **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

FUSER, B. (Org.). **Comunicação para a cidadania**: caminhos e impasses. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

GOBBI, M. C. Da ideologia ao pragmatismo: a carta de São Bernardo. In: MELO, J. M.; GOBBI, M. C.; SATHLER, L. (Orgs.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: UESP, 2006. v. 1, p. 231-247.

PERUZZO, C. M. K. (Org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: Intercom, 1995.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

GRINBERG, M. S. (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

MELO, J. M.; GOBBI, M. C.; SATHLER, L. **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: UESP, 2006.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

OS ESTUDOS DE FOLKCOMUNICAÇÃO NO CAMPO COMUNICACIONAL BRASILEIRO

Betania Maciel*

1 INTRODUÇÃO

Pode-se afirmar que a teoria da folkcomunicação é a primeira teoria brasileira das ciências da comunicação e da informação. Pois, ela nasceu sob a égide de outras duas iniciativas pioneiras: a fundação do primeiro Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) e a publicação oficial de seu primeiro periódico de estudos e pesquisas científicos em comunicação do país, intitulado *Comunicações & problemas*. Desse modo, a cultura popular, como objeto de estudos científicos, ganhou dimensões multidisciplinares.

De 1961 até sua morte, em 1986, o jornalista e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão, nascido em 1918, preocupou-se em instalar e solidificar as bases da educação superior e da formação de jornalistas. Por influência do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), este pesquisador agregou às suas metas o incentivo à pesquisa sobre cultura e comunicação.

No primeiro periódico científico de estudos e pesquisas em comunicação do país, *Comunicações & Problemas*, inspirado na publicação de excelência da época, *Journalism Quarterly*, as bases para a pesquisa de uma nova disciplina, a folkcomunicação, foram lançadas. No primeiro número deste periódico, foi publicado o artigo *O ex-voto como veículo jornalístico*, a semente germinadora das pesquisas em folkcomunicação. Conforme definição de Beltrão, esta nova área de pesquisa pode ser definida como o estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias.

O universo de pesquisa proposto estende-se para o estudo dos processos comunicacionais de significação, mediante o entendimento do funcionamento das estratégias e enunciações, dos discursos, da produção e recepção de manifestações culturais populares.

* Professora do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE); e presidente da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom) da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Endereço eletrônico: <betania_maciel@terra.com.br>.

Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore (Beltrão, 2007).

A folkcomunicação não é o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque. Ela representa o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

2 A REDE *FOLKCOM*

A ideia de se criar uma rede de pesquisadores da folkcomunicação nasceu durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), em 1995. Este seminário foi um evento preparatório para a instalação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional nesta instituição.

Sob a coordenação do professor José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na UMESp, em agosto de 1998, onde foi criada a Rede Folkcom. Desde então, seus pesquisadores vêm assumindo um papel decisivo no resgate do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão. Entre outras contribuições, as do mestre José Marques de Melo se destacam: “as ideias sobre interação entre cultura popular, cultura midiática e cultura eruditas, decisivas para neutralizar o preconceito que certos segmentos da nossa intelectualidade esboçam em relação ao saber popular” (Melo, 2007).

A Cátedra Unesco possui um papel fundamental nesse processo, como incentivadora e catalisadora de ações. Além de promover as conferências anuais, a cátedra decidiu realizar uma série de pesquisas comparativas, com a finalidade de dar sentido acadêmico à rede que começava a se constituir. A primeira conferência foi realizada em 1996, focalizando as imagens midiáticas do natal brasileiro. Porém, há um longo caminho a ser percorrido para que a folkcomunicação seja aceita plenamente pela academia. Segundo ainda Marques de Melo (Melo, 2007),

a resistência acadêmica a novos campos da pesquisa faz parte da trajetória conservadora das nossas universidades. As culturas popular e massiva, mesmo depois de meio século da presença dos estudos de comunicação no Brasil, ainda continuam a ser vistas com menosprezo por setores universitários geralmente ancorados em postulados dogmáticos. Isso, contudo, não nos deve atemorizar. Cabe aos pesquisadores de folkcomunicação, como de outras disciplinas conexas, enfrentar as resistências no plano teórico, argumentando, além de avançar na produção de conhecimentos capazes de demonstrar a pertinência dos referenciais escolhidos. A legitimação dos novos campos do saber

demanda tempo, competência e perseverança. Quanto mais se avoluma e adquire densidade um novo segmento investigativo, é natural que suscite reações, especialmente daqueles que se sentem ameaçados ao constatar que perderam a hegemonia intelectual. Estamos vivendo uma conjuntura marcada pelo pluralismo teórico e metodológico, onde há espaço para todas as correntes de ideias.

Em 2004, constituiu-se a organização não governamental (ONG) Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom), institucionalizada como associação civil sem fins lucrativos. Seu objetivo é ser um núcleo gerador de reflexões, com uma visão totalizadora do contexto da cultura popular, do folclore e da mídia nos processos de comunicação social midiaticizada.

Entre os pontos que norteiam as ações da Rede Folkcom, podem-se destacar:

- delinear o campo da folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;
- compreender a folkcomunicação a partir da localização do homem nos seus diversos contextos sociais, por exemplo, em festa, culinária, artesanato, música, religião, arquitetura, trabalho etc.;
- realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, e o público a que se destina;
- intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados à Rede Folkcom e com os novos pesquisadores de outras organizações de pesquisa, inclusive internacionais;
- promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da folkcomunicação; e
- divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

3 AS CONFERÊNCIAS BRASILEIRAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO

Os eventos realizados pela Rede Folkcom contemplam temáticas diretamente relacionadas aos meios de comunicação e aos meios interativos para a realização do processo folkcomunicacional. É importante observar que os encontros da Rede Folkcom têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo no âmbito da folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e a produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais (Schmidt, 2007).

A seguir, são apresentados os encontros realizados pela Rede Folkcom com os seus respectivos temas, possibilitando, assim, visualizar as temáticas discutidas nestes eventos.

1) I Folkcom (1998): realizado pela UMESP em São Bernardo do Campo-SP.

Tema: I Conferência brasileira de folkcomunicação.

2) II Folkcom (1999): realizado pela Fundação de Ensino Superior de São João del Rei (Funrei) em São João del Rei-MG. Tema: Homenagem especial ao centenário de nascimento do folclorista Luís da Câmara Cascudo.

3) III Folkcom (2000): realizado pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) em João Pessoa-PB. Tema: Folclore, mídia e turismo.

4) IV Folkcom (2001): realizado pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) em Campo Grande-MS. Tema: As festas populares como processos comunicacionais.

5) V Folkcom (2002): realizado pelo Centro Universitário Monte Serrat (Unimonte) em Santos-SP. Tema: A imprensa do povo.

6) VI Folkcom (2003): realizado pelo curso de comunicação social da Faculdade de Filosofia de Campos em Campos de Goytacazes-RJ. Tema: Folkmídia: difusão do folclore pelas indústrias midiáticas.

7) VII Folkcom (2004): realizado pelo Centro Universitário Univates em Lajeado-RS. Tema: Folkcomunicação política.

8) VIII Folkcom (2005): realizado pelo Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT) em Teresina-PI. Tema: A comunicação dos pagadores de promessas: do ex-voto à indústria dos milagres.

9) IX Folkcom (2006): realizado pela UMESP em São Bernardo do Campo-SP. Tema: Folkcomunicação e cibercultura: a voz e a vez dos excluídos na arena digital.

10) X Folkcom (2007): realizado pelo Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) em Ponta Grossa-PR. Tema: A comunicação dos migrantes: fluxos massivos, contrafluxos populares.

11) XI Folkcom (2008): nesse ano, a cidade de Natal comemorou o 110º aniversário de nascimento do etnógrafo Luís da Câmara Cascudo, precursor dos estudos folkcomunicaçãois. Neste evento, ele foi homenageado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Rede Folkcom com a realização de um concurso nacional. Tema: Incursões de Câmara Cascudo pelo território folkcomunicaçãois. A entrega do prêmio foi feita na abertura da XI Conferência Brasileira de Folkcomunicação, evento programado para o pré-congresso da Intercom, que teve como tema: Os impasses teóricos e os desafios metodológicos da folkcomunicação.

12) XII Folkcom (2009): evento científico realizado em parceria com a Universidade de Taubaté (Unitau), o Serviço Social do Comércio (SESC), a Cátedra Unesco/ Metodista de Comunicação e a Rede Folkcom. Esta conferência foi realizada em Taubaté, no interior do estado de São Paulo, de 11 a 13 de novembro de 2009. Tema: Caipiras folkmediáticos: as múltiplas faces do Jeca.

Em 2012, comemoram-se os dez anos do evento, tendo como abordagem as perspectivas de pesquisa em folkcomunicação que reconhecem como uma de suas bases elementares a cultura dos “marginalizados”, entendida como o espaço de comunicação e expressão dos modos de agir, das crenças e das referências identitárias.

Nessa abordagem, Beltrão (1980; 2001) menciona a existência de três tipos de exclusão: *i)* grupos rurais marginalizados; *ii)* grupos urbanos marginalizados; e *iii)* grupos culturalmente marginalizados. Embora esta perspectiva tenha sido pensada em um contexto que remete aos anos de 1950 e 1970 no Brasil, ela ainda mantém sua atualidade e pertinência, permitindo determinadas contextualizações em torno desta temática.

A temática proposta, baseada nas contribuições dos processos migratórios e migratórios da construção da cultura, permite alguns percursos teóricos pertinentes na atualidade, oferecendo elementos para pensar as expressões da folkcomunicação diante do multiculturalismo que marca a sociedade brasileira contemporânea. Em meio aos conflitos pela afirmação das identidades, percebe-se, nas mais diversas cidades e regiões do Brasil, a preservação de expressões artísticas – como danças, músicas, artesanato, traços linguísticos etc. –, valores culturais, lendas e demais marcas identitárias originárias dos imigrantes.

Do mesmo modo, os fluxos internos no Brasil permitem um intercâmbio de características e elementos dos grupos sociais que incorporam constantemente referências regionais, (re)significando sua cultura a partir de influências dos meios de comunicação de massa e da comunicação popular. Este processo de mediações remete à apropriação simbólica das matrizes culturais, em que as manifestações dos grupos sociais misturam-se com o popular, o massivo, o local e o global, estabelecendo mecanismos de identificação com outras culturas.

4 CONTRIBUIÇÕES METODOLÓGICAS E PERSPECTIVAS DE FORTALECIMENTO DA REDE FOLKCOM

A Rede Folkcom está voltada às pesquisas relacionadas ao estudo da comunicação na cultura popular ou no folclore. Como rede de pesquisa, ela integra atividades promovidas por seus membros pesquisadores no âmbito da realização de pesquisas, encontros, seminários, ressaltando também a ferramenta da publicação científica como forma de institucionalizar e fazer avançar o campo.

Um grupo importante de pesquisadores da folkcomunicação está ligado à Rede Folkcom, discípulos diretos de Beltrão como: José Marques de Melo, Roberto Benjamin (PE), Osvaldo Trigueiro (PB) e Joseph Luyten (*in memoriam*), Maria Cristina Gobbi (SP), Antonio Hohlfeldt (RS), Cristina Schmidt (SP), Sebastião Breguez (MG), Samantha Castelo Branco (PI), Severino Lucena (PB), Betania Maciel (PE), Antonio Teixeira Barros (DF), Luis Custódio da Silva (PB), Maria Érica Oliveira (RN), Marcelo Pires de Oliveira (SP), Fábio Corniani (SP), Sergio Gadini (PR), Karina Woitowicz (PR) Jacqueline Dourado (PI). As pesquisas de folkcomunicação rompem fronteiras e se expandem para alguns países da América Latina e da Europa por meio dos estudos de Carlos Nogueira (Portugal) e Esmeralda Vilegas (México).

Existem também grupos de trabalho de folkcomunicação nos encontros periódicos das principais instituições no Brasil e no exterior que cuidam das ciências da comunicação e da informação, como a Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação (ALAIC) e a Intercom, explorando as seguintes interfaces:

- teoria e metodologia da folkcomunicação;
- folclore, cultura erudita e cultura de massa;
- manifestações espontâneas da folkcomunicação;
- intermediações folkmidiáticas no turismo;
- intermediações folkmidiáticas e publicidade;
- intermediações folkmidiáticas e relações públicas;
- intermediações folkmidiáticas na religião;
- intermediações folkmidiáticas na literatura;
- intermediações folkmidiáticas nas telenovelas; e
- intermediações folkmidiáticas no cinema.

A *Revista Internacional de Folkcomunicação (Revista Folkcom)* possui Qualis B1 Nacional, na área de avaliação multidisciplinar, conforme avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) triênio 2004-2006. Suas edições estão disponíveis na internet para acesso e consulta gratuita.¹ Em seu oitavo ano de existência, a versão eletrônica da revista mantém a periodicidade semestral – com lançamentos em março e agosto. O aumento do número de textos e materiais para publicação confirma a canalização acadêmica de uma demanda de produção na área e, ao mesmo tempo, fortalece a proposta editorial liderada pelo editor, professor Sérgio Luiz Gadini. Os textos veiculados evidenciam a diversidade temática da folkcomunicação.

1. Disponível em: <<http://www.uepg.br/revistafolkcom>>.

Em 2005, o pesquisador José Carlos Aronchi produziu o vídeo *Ver e entender a folkcomunicação*, com a temática da comunicação e desenvolvida por especialistas sobre o tema folkcomunicação. Pesquisadores como José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Sebastião Breguez, Antonio Hohlfeldt, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt falam de suas experiências no reforço desta nova teoria da comunicação. Por meio destes depoimentos, constata-se a existência de diversas possibilidades para se estudar a folkcomunicação, com a combinação de enfoques. Como comenta José Marques de Melo no documentário, a folkcomunicação configura-se em uma oportunidade, por ser um campo virgem a ser pesquisado no Brasil.

Em 2006, depois do mandato inicial da professora Cristina Schmidt, a professora Betania Maciel assume a nova presidência da Rede Folkcom. Ela propõe como objetivo fortalecer esta rede de pesquisa por meio da captação de associados e do fornecimento de serviços diferenciados a seus pesquisadores. Além disso, é fixado o objetivo de ampliar os limites teóricos, práticos e metodológicos dos estudos de folkcomunicação, fazendo conexões com os estudos das culturas populares, desenvolvimento local e inclusão social. Finalmente, destacou-se o papel das tecnologias de informação e comunicação na mediação destes processos, para permitir o trabalho colaborativo e agilizar a comunicação científica entre seus membros e pesquisadores, com o desenvolvimento e lançamento de um portal² na internet coordenado pelo professor Marcelo Sabbatini.

Uma das iniciativas da professora Betania Maciel foi a criação do núcleo de pesquisa pelo Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) para o desenvolvimento de pesquisas temáticas inter-regionais, com o foco no uso das mediações culturais para promover o desenvolvimento local junto a cooperativas, movimentos sociais, assentamentos, quilombolas, comunidades indígenas e demais atores sociais tradicionalmente excluídos do processo de comunicação, utilizando, além disso, cortes de análise geracionais e de gênero.

O estudo das culturas populares por meio de suas expressões folclóricas busca fortalecer as condições materiais e imateriais não somente de forma imediata, mas também promover um programa de autossustentabilidade em longo prazo para estas comunidades.

Em janeiro de 2008, sob a edição de Betania Maciel é publicado o número especial da *Revista Razón y Palabra*.³ Editada pelo Instituto Tecnológico de Monterrey do México, a chamada “primeira revista eletrônica na América

2. Disponível em: <<http://www.redefolkcom.org>>.

3. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx>>.

Latina especializada em comunicação”, teve como coordenador de projeto na internet o professor Octavio Islas, membro da diretoria executiva da ALAIC.

Esse número especial da revista destacou o papel da folkcomunicação como uma teoria genuinamente brasileira e uma das principais contribuições teóricas de seu fundador, Luiz Beltrão, ao campo da comunicação. Ao longo de suas páginas virtuais, a edição trouxe nomes como os de José Marques de Melo, Heitor Costa da Lima Rocha, Antonio Teixeira Barros, Osvaldo Trigueiro, Maria Cristina Gobbi, Irenilda Souza Lima, Maria Érika Oliveira, Andréia Moreira, Augusto Aragão e Marcelo Sabbatini para compor o cenário brasileiro da pesquisa, metodologia, teoria e prática da folkcomunicação, apresentando ao leitor internacional a perspectiva futura desta disciplina, os enlaces teóricos, seus fundamentos históricos, assim como uma introdução ao papel da Rede Folkcom e da Cátedra Unesco/UMESP, para a sua consolidação.

Em 2008, a Rede Folkcom passa a integrar a Federação Nacional das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Natal. Representada por dezenas de entidades da área da comunicação, entre elas a Intercom; o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPPJ), a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), entre outras. O objetivo comum destas sociedades científicas, era o de consolidar o campo do saber da comunicação no Brasil, buscando convergência acadêmica e mais representação junto aos interesses da sociedade.

5 CONCLUSÃO

Para o futuro, o desafio de pensar as dinâmicas culturais presentes na confluência entre a mídia popular e as massivas faz com que os estudos folkcomunicacionais sejam uma tendência na contemporaneidade.

O legado de Luiz Beltrão tem sido constantemente estudado e renovado pelos pesquisadores da Rede Folkcom e também tem suscitado interesse na contemporaneidade, seja no mundo acadêmico seja na periferia, em um momento em que as expressões culturais dos grupos marginalizados configuram práticas de resistência e cidadania em meio à sociedade globalizada. Afinal, conforme observa Marques de Melo (Melo, 2008, p. 57), “as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço”.

Assim, os estudos da folkcomunicação estimulam o regionalismo, mas a cultura hegemônica desconhece as expressões populares. Aparentemente, existe apenas o que está na mídia, e a mídia é urbana. Algumas manifestações tendem a virar produto, outras não, daí a visibilidade dada pela mídia ao que vai se transformar em produto cultural. E neste sentido, a folkcomunicação pode ser entendida

como uma forma de mídia alternativa, que dialoga com a mídia hegemônica, mediando a fronteira entre cultura globalizada e cultura popular.

Como exemplo dos estudos que investigam essa interface de culturas, pode-se ilustrar como a mídia tem registrado o carnaval por todo o país, as festas juninas e outras celebrações. Mas, até que ponto e de que forma é realizado este trabalho? A transformação das festas em espetáculo é um problema enfrentado pela cultura popular: a canibalização, ou seja, ser contada, praticada por quem não a conhece. A classe hegemônica é a principal responsável por este processo, impondo, muitas vezes, mudanças das tradições em função das necessidades da indústria cultural e do turismo de massas.

Há um questionamento a ser feito: se a mídia conhece a variedade da cultura brasileira e se quando a divulga tem a noção de muitas vezes transformá-la em um espetáculo, um produto comercial. É importante que os profissionais da mídia saibam lidar com as expressões populares para que não modifiquem o real significado das culturas. Para muitos destes profissionais, a mídia precisa ouvir e aprender com os mestres detentores da cultura popular. E assim corre-se o risco de achatamento da diversidade cultural brasileira, do não diálogo e do reforço dos estereótipos, produzindo a alienação e a exclusão social.

Apesar disso, a mídia tem apresentado avanços em mostrar a diversidade da cultura brasileira e especificamente de culturas que não são as hegemônicas, por exemplo, as estratégias de *marketing* como a etnografia no processo de compreensão da cultura. Em diversos programas de televisão e quadros apresentados em canais de televisão aberta, observa-se o aumento da divulgação e valorização da cultura brasileira.

Essa nova compreensão da cultura se estende também à relação das pessoas com os bens de consumo. O fato é que o consumo é uma prática cultural e só quando entendido sob este ângulo, as atitudes consumistas assumem contornos mais claros e inteligíveis devido ao crescimento do poder aquisitivo das classes mais baixas, e por isso a categoria de produto e serviço tem ampliado seu mercado-alvo (*target*) às classes menos favorecidas.

Outro ponto focal de desenvolvimento das atividades de pesquisa da Rede Folkcom diz respeito aos processos de desenvolvimento local. Dessa forma, busca-se entender o empoderamento das comunidades alijadas da modernidade, como forma de promover a sustentabilidade destes grupos, pelo desenvolvimento de estudos de estratégias de comunicação nas políticas públicas, ONGs, associações e empresas no âmbito do desenvolvimento local.

Nessa perspectiva, são contempladas as culturas populares e suas diferentes manifestações de hibridização da cultura *folk* e a cultura massiva; os estudos de

recepção de mídias e programas de intervenção social; além das análises discursivas e os impactos das novas tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea. Estes aspectos buscam investigar as modificações operadas no cotidiano das populações rurais, verificando a importância destas tecnologias nos processos de desenvolvimento local.

Finalmente, mesmo diante destes cenários, o campo da folkcomunicação é novo, mas promissor. Não é sem dificuldades que a Rede Folkcom busca abrir novas fronteiras, teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura global e a cultura local. Como todo novo campo do saber científico, a folkcomunicação encontra não somente a dificuldade de consolidar seu objeto de pesquisa e seus métodos, mas também de obter aceitação no paradigma da ciência normal, utilizando o conceito de Thomas Kuhn. Talvez por seu aspecto inovador e libertário inclusive em relação a seu objeto, talvez pelo simples conservadorismo acadêmico, a comunidade acadêmica da comunicação estaria hoje em prejuízo se ignorasse os aportes folkcomunicacionais.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. A comunicação dos marginalizados. In: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 17, 2007. (Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2006 na categoria grupo inovador).

MELO, J. M. Uma estratégia das classes subalternas. In: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 17, 2007.

_____. **Mídia e cultura popular**: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENJAMIN, R. **A fala e o gesto**: narrativas de folkcomunicação sobre narrativas populares. Recife: Universitária, 1996.

_____. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BRANDÃO, C. R. **Contos brasileiros**. São Paulo: Expressão popular, 2006.

MARQUES DE MELO, J. Uma estratégia das classes subalternas. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, v. 17, 2007. (Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2006 na categoria grupo inovador).

TRIGUEIRO, O. M. **Luiz Beltrão**: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2007.

_____. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2008.

SCHMIDT, C. Teoria da folkcomunicação. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos da comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 7, 2007.

PESQUISA E ENSINO EM COMUNICAÇÃO E SAÚDE NO BRASIL

Kátia Lerner*
Janine Miranda Cardoso*
Inesita Soares de Araújo*

1 INTRODUÇÃO

Comunicação e saúde é a expressão que designa a interface entre duas grandes áreas de pensamento e prática social, que inicialmente foi objeto de maior investimento do campo da saúde. A partir das duas últimas décadas do século XX, a percepção da sua importância ampliou-se rapidamente para outras áreas, com um aumento exponencial do interesse em suas práticas, produtos e atores. Sem pretender esgotar as variáveis deste fenômeno multifacetado, as autoras poderiam atribuir este aumento de importância a alguns elementos, conforme descrito a seguir.

- 1) Mudança do padrão epidemiológico, com a proeminência das doenças crônicas e o aumento da expectativa de vida.
- 2) Fortalecimento do enfoque da saúde individual, com sua vinculação a determinados padrões estéticos e a decorrente associação com uma parafernália de interesses comerciais.
- 3) Implantação do Sistema Único de Saúde (SUS), que modifica a face da saúde pública e atinge interesses diversos.
- 4) Desenvolvimento das tecnologias de comunicação, favorecendo o acesso a informações sobre saúde e à emergência de um novo padrão de relações entre as pessoas e os tradicionais detentores dos saberes médicos.

Tudo isso, associado aos processos de mediação das instituições e da sociedade como um todo, fez com que a saúde passasse a ocupar permanentemente a pauta dos meios de comunicação, em um processo contínuo de retroalimentação.

De forma concomitante, cresce a pesquisa e surgem cursos sobre temas que articulam as áreas da comunicação e saúde, não só como decorrência, mas como parte constitutiva deste movimento. Neste capítulo, as autoras pretendem mostrar

* Pesquisadoras do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (Laces); e docentes permanentes do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (ICT/Fiocruz).

um pouco do cenário que hoje se observa no que se refere ao que estas designam por “campo da comunicação e saúde”, em relação às suas dimensões de pesquisa e ensino. Como esta área de estudos permanece pouco explorada,¹ o que será feito aqui é uma aproximação, baseada em levantamentos e pesquisas anteriores e na trajetória e no conhecimento de suas autoras. As autoras integram um laboratório de pesquisa, lideram um grupo de pesquisa do Diretório do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), assim como criaram e estão à frente de um programa *stricto sensu* e um curso *lato sensu* de pós-graduação, todos em comunicação e saúde. É destes lugares, cuja emergência é parte ativa e importante da configuração do campo da comunicação e saúde, que as autoras apresentam suas reflexões, algumas delas já traçadas em outros contextos documentais (Araújo e Cardoso, 2007; 2009; Araújo, Cardoso e Lerner, 2007).

O capítulo está dividido em quatro partes. Duas destas se dedicam a uma breve história do surgimento e às principais matrizes teóricas e práticas do campo da comunicação e saúde. As outras duas procuram configurar um cenário contemporâneo das práticas de pesquisa e ensino da comunicação e saúde.

2 CONTEXTO DE SURGIMENTO DO CAMPO

Dependendo dos objetivos e concepções, a reflexão sobre as relações entre comunicação e saúde pode recuar indefinidamente no tempo e privilegiar diferentes articulações que incidem, de forma mais direta ou sinuosa, sobre as atividades de ensino e pesquisa. No caso deste capítulo, as autoras propuseram, já há vários anos, abordar comunicação e saúde como um campo em formação (Araújo e Cardoso, 2007; 2009; Araújo, Cardoso e Lerner, 2007). Como se sabe, o conceito de *campo social* é central na obra de Pierre Bourdieu e designa um espaço multidimensional, objetivo e estruturado de relações, no qual forças de desigual poder lutam por posições e capitais materiais e simbólicos (Bourdieu, 1989). Campos são historicamente constituídos e envolvem especialização, reconhecimento e conquista de relativa autonomia de seus objetivos, práticas, instituições e agentes. Estes e outros processos sociais, permanentemente atualizados em determinados contextos, abrangem e simultaneamente extrapolam os limites porosos do campo, pelos quais transitam agentes, discursos, políticas, teorias, métodos e agendas. A visão de comunicação e saúde desta perspectiva permite que as autoras considerem os elementos específicos oriundos de cada campo, assim como da formação social mais ampla que os abriga, realçando, no entanto, áreas de interface que os redimensionam e delimitam um conjunto de questões, processos, tensões e interesses específicos.

Como não poderia deixar de ser, esta abordagem expressa uma tomada de posição teórica e política no próprio campo. Um primeiro aspecto a ser ressaltado

1. Um dos poucos trabalhos sobre o tema é o de Arquimedes Personi (2005), em sua tese de doutorado.

diz respeito à própria forma de nomear este espaço, já que todo ato de nomeação é ideológico e implica determinadas concepções, privilegia questões, propõe agendas e estratégias. O conectivo “e”,² entre os dois termos-chave deste estudo, também reivindica características identitárias específicas, a começar pela diferenciação de perspectivas bem consolidadas, que entendem a comunicação como um conjunto de técnicas e tecnologias postas a serviço da divulgação de informações sobre saúde. Caudatárias das tradicionais educação e comunicação sanitárias, tais concepções operam a redução de lógicas de um campo ao outro, ao invés de problematizar suas conexões e linhas de sustentação. Isto é o que ocorre – do ponto de vista das autoras deste capítulo –, majoritariamente, com as iniciativas abrigadas nas designações “comunicação *para* saúde”, “comunicação *em* saúde” e “comunicação *na* saúde” (Araújo e Cardoso, 2009).

De forma complementar, é preciso atentar para o lugar de onde se fala e para as associações postas em movimento por cada enunciação. Pode-se pensar, pesquisar, ensinar, fazer e falar de comunicação e saúde a partir de muitos campos. Os principais são, como se poderia esperar, os que nomeiam esta interface, ambos com ampla gama de temas e perspectivas teóricas. Entre os que estudam esta interface a partir do campo da comunicação, a abordagem tende a enfocar a saúde como tema ou objeto que permite avançar na compreensão dos dispositivos de comunicação da sociedade – marcadamente os midiáticos. Os que a estudam a partir da saúde, em boa medida falam e atribuem prioridades desde um contexto demarcado pelo sistema de saúde, com seus dinamismos, contradições, saberes, lutas, movimentos sociais e políticos, estruturas e instituições (Araújo, Cardoso e Lerner, 2007). O objetivo de quem estuda, faz e fala da comunicação neste último contexto – sem prejuízo da sua inserção e contribuição acadêmica e científica (e mesmo a partir desta) – é compreender e agir sobre os processos comunicacionais que afetam diretamente o campo da saúde.

Se as relações entre saúde e comunicação foram entendidas como mutuamente constitutivas desse campo emergente, se poderá considerar enquanto marco a institucionalização das práticas de propaganda e educação sanitária em 1923, no âmbito do governo federal. Tal iniciativa abriu espaço para as atividades que buscavam a adesão da população para as medidas preconizadas pelas autoridades sanitárias, voltadas principalmente para a higiene pessoal e pública, saúde da criança e da mulher gestante (Cardoso, 2001).

Das práticas campanhistas das primeiras décadas do século XX aos dias de hoje, as conexões entre comunicação e saúde foram tecidas em diferentes conjunturas sociais, políticas e sanitárias, sob a influência de distintas formas de se conceber o processo saúde-doença. Estas conexões consolidaram, no entanto, um espaço socioinstitucional de atuação e determinadas relações de saber e poder, legitimadas

2. Eventualmente pode ser encontrado grafado “&” (comunicação & saúde).

pelo objetivo principal de informar a população sobre a prevenção de doenças e estimular a adoção de hábitos considerados saudáveis pelas autoridades sanitárias.

No entanto, apesar das mudanças possibilitadas e mesmo exigidas pelo movimento das ideias nos campos da saúde e da comunicação, pelas sucessivas lutas políticas que seguidamente foram mudando a face da saúde e pelas inovações tecnológicas que afetaram, sobretudo, a comunicação, pode-se dizer que apenas nas últimas décadas do século passado esta articulação já centenária passou por um processo de problematização e renovação, a partir da crítica produzida por um grupo de profissionais de instituições de saúde (pesquisa, ensino e serviços), empreendida no processo mesmo de construção do novo sistema de saúde. Este movimento foi adquirindo uma face concreta em um conjunto de iniciativas a partir dos anos 1990: o surgimento de oficinas e cursos de curta duração e de pós-graduação em comunicação e saúde; a formação, em 1994, do Grupo de Trabalho de Comunicação e Saúde vinculado à Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva (Abrasco); a luta bem-sucedida pelo reconhecimento e inclusão do tema nas conferências nacionais de saúde (CNS);³ e a realização de pesquisas e investimento em estudos de pós-graduação, com forte aproximação com os centros universitários da comunicação. Paralela e progressivamente, os cursos de comunicação foram acolhendo e valorizando pesquisas de mestrado e doutorado que tinham como objeto a saúde, enquanto cursos da área biomédica foram incluindo módulos ou disciplinas de comunicação em suas grades curriculares. O exemplo mais substantivo desta tendência é a Universidade Metodista de Piracicaba, que atraiu para si a Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e desenvolveu, entre 1998 e 2003, encontros anuais sobre comunicação e saúde. Por sua vez, cursos de pós-graduação da área da saúde passaram a incorporar a comunicação na grade curricular e outros reconheceram como legítimos e desejáveis objetos de estudo que enfocam a relação entre os dois campos. Nos últimos anos, os cursos universitários também passaram a abrir espaço para disciplinas que conjugam saúde e comunicação, notadamente a graduação em saúde coletiva, criada em 2009 na Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Esse ponto relativo ao ensino será retomado mais adiante. Aqui as autoras desejam, ainda, mencionar a importância, para a conformação do campo, das publicações e dos eventos científicos. Embora diversos e importantes periódicos

3. Desde a XVIII Conferência Nacional de Saúde (CNS – 1986), o tema da comunicação tem estado presente, em geral relacionado ao direito de expressão como pré-requisito do direito à saúde, a demandas de ampliação da visibilidade de assuntos e atores da saúde nos meios de comunicação e ao acesso à informação governamental. Para melhor situar o que isto representa, é preciso considerar que as conferências foram instituídas durante o governo Vargas, em 1937, como um fórum estritamente técnico. A primeira ocorreu em 1941 e foi só a partir dos anos 1980 que as conferências passaram a ter representação de vários segmentos sociais que a cada quatro anos se reúnem para avaliar e propor diretrizes para as políticas públicas de saúde. Ao lado dos conselhos de saúde, são os principais espaços de participação e controle social, podendo ser tomadas como espaços que traduzem os movimentos e a correlação de forças no campo da saúde e, em particular, as tensões em torno das concepções e demandas relacionadas à comunicação.

da área da saúde publiquem regularmente artigos com o tema da comunicação, as autoras mencionarão dois destes, por serem específicos da área, conforme definido a seguir.

- 1) A revista *Interface: comunicação, saúde, educação*, publicação trimestral da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP),⁴ nfatiza a pesquisa qualitativa e, como sua apresentação diz, é “dirigida para a educação e a comunicação nas práticas de saúde, a formação de profissionais de saúde (universitária e continuada) e a saúde coletiva em sua articulação com a filosofia, as ciências sociais e humanas” (Interface..., [s.d.]).
- 2) A revista *RECIIS: revista eletrônica de comunicação, informação e inovação em saúde*, editada pelo Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Na modalidade *open access*, com edições em português e inglês, publica produtos do trabalho científico voltados para a compreensão da dinâmica da arena da saúde nas diversas sociedades contemporâneas e suas relações e inter-relações com as áreas da informação, comunicação e inovação tecnológica, econômica, institucional, social e de políticas públicas (RECIIS..., [s.d.]).

Alguns periódicos da área da comunicação e da saúde têm publicado números especiais ou temáticos sobre comunicação e saúde, como a *ECO-PÓS*, publicação *on-line* quadrimestral da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); a *Organicom: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, publicação semestral vinculada à Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP); e a *Tempus: actas em saúde coletiva*, da Faculdade de Ciências de Saúde da Universidade de Brasília (UnB).⁵

Alguns livros também têm sido importantes na conformação do campo, por promoverem a circulação das ideias, ampliando o debate e apoiando a formação. Sem pretensão de listar todos os títulos disponíveis, mencionam-se alguns destes, conforme listado a seguir.

- 1) A coletânea pioneira intitulada *Saúde & comunicação: visibilidades e silêncios*, publicada pela Hucitec-Abrasco em 1995, que é até hoje referência na área (Pitta, 1995a).

4. Laboratório de Educação e Comunicação em Saúde, Departamento de Saúde Pública, Faculdade de Medicina de Botucatu e Departamento de Educação, Instituto de Biociências de Botucatu.

5. As informações sobre essas revistas podem ser conferidas em suas respectivas páginas da internet, disponíveis em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br>>; <<http://www.revistaorganicom.org.br>>; e <<http://www.tempusactas.unb.br>>.

- 2) A obra *Comunicação e saúde*, lançada em 2007 pela editora Fiocruz, que aplica a noção de “campo” a essa área de interface, analisa modelos, percorre as questões mais atuais e propõe a abordagem da comunicação e da saúde a partir dos princípios do SUS (Araújo e Cardoso, 2007).
- 3) Os livros *Saúde na mídia e máquinas de sentido: processos comunicacionais em saúde*, publicados respectivamente em 2002 e 2003 pela editora Da Casa e pela Escola de Gestão Social em Saúde, que reúnem trabalhos de um curso de especialização, no qual são abordados temas variados, desde ética a práticas midiáticas de produção de sentidos, o último contando também com trabalhos de pesquisadores-docentes (Silva, 2002; Silva e Bordin, 2003).
- 4) O livro *Comunicação e saúde*, publicado em 2009 pela editora Casa das Musas, que é uma coletânea de trabalhos que aportam perspectivas diversas sobre o tema, evidenciando várias matrizes teóricas que se fazem presentes no campo (Paulino, 2009).

Eventos científicos, da mesma forma que as publicações, cumprem a tarefa de serem espaços de circulação das ideias, fortalecendo os agentes e a prática de pesquisa, assim como ampliando a bibliografia disponível ao ensino. A seguir, alguns destes eventos científicos são destacados.

- 1) A Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde (COMSAUDE), que durante doze anos ocorreu anualmente (de 1998 a 2009), promovendo o encontro dos setores acadêmico e profissional da comunicação e saúde.
- 2) Os congressos bienais da Associação Latino-Americana de Pesquisadores da Comunicação (ALAIC) e da Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva (Abrasco), que desde seu começo contaram com grupos específicos de comunicação e saúde.
- 3) O Congresso Brasileiro de Ciências Sociais e Humanas em Saúde e o Congresso Brasileiro de Epidemiologia, que abrem espaços específicos (eixos temáticos, mesas, palestras etc.) para o tema.
- 4) Outros encontros científicos da comunicação, como a Intercom e a Compós, têm sido lugares de acolhimento e visibilidade para trabalhos da área.

Sem serem propriamente encontros científicos, merecem destaque aqueles promovidos pela Comissão de Comunicação e Informação em Saúde do CNS, criada em 1998 e reativada em 2005. A presença de pesquisadores em eventos como o II Encontro Nacional de Conselheiros de Saúde (1998), o Seminário Nacional de Comunicação, Informação e Informática em Saúde (2005), a Oficina de Comunicação e Informação em Saúde para o Exercício do Controle Social (2006) e a Oficina Nacional do Pacto pela Democratização e Qualidade

da Comunicação e Informação em Saúde (2006) expressam não só a permanência da discussão sobre as políticas e as estratégias públicas de comunicação para a efetivação da participação social no SUS, como o imbricamento das demandas práticas destes atores com as reflexões sobre as relações e as tensões entre os modelos de comunicação e as formas mais democráticas de relação entre Estado e sociedade, experimentadas a partir da década de 1980 (Pitta, 1995b; 2001; Pitta e Magajaweski, 2000; Silva, Cruz e Melo, 2007).

Por fim, as autoras mencionam a abertura de editais de pesquisa dos órgãos de fomento científico, com linhas de financiamento voltadas para o tema, como um passo muito importante para o reconhecimento da legitimidade e o fortalecimento desse campo.

3 MATRIZES TEÓRICAS DO CAMPO

O campo da comunicação e saúde, como todos os demais, conforma e é conformado por algumas matrizes teóricas, que em determinadas épocas e circunstâncias vieram atender e consolidar necessidades, interesses e práticas. Em se tratando de um campo em interface, estas matrizes só podem ser compreendidas em uma perspectiva histórica, que coloque em cena, de forma articulada, elementos próprios de cada campo, mas em contextos e práticas convergentes e mutuamente potencializadoras. Tornando a tarefa mais complexa, o imbricamento da comunicação e saúde ocorre em um substrato formado por outros campos, como a informação, a educação, a ciência e tecnologia (C & T) e a política (Araújo e Cardoso, 2007).

As matrizes teóricas e práticas da comunicação e saúde não se desvinculam daquelas que conformam o campo das políticas públicas como um todo, e aqui as autoras se referem particularmente às políticas que visam atender às áreas de atividade que ou estão inscritas como direito constitucional da população – como saúde e educação – ou que em determinadas épocas históricas não podem estar sujeitas unicamente às regras do mercado, necessitando de uma intervenção dos poderes públicos. Especialmente saúde e agricultura foram objetos do mesmo tipo de investimento, que se apoiava em fundamentos políticos, teóricos e metodológicos comuns. Mesmo considerando as particularidades de cada área de atividade, pode-se dizer que são matrizes comuns. Não obstante, as especificidades produziram diferenciações, que fazem com que cada história tenha sua própria narrativa.

A história comum tem como primeira matriz mais relevante aquela que associa, em uma relação de variável dependente, comunicação e desenvolvimento: comunicação é variável necessária e suficiente para o desenvolvimento, afirmava o Plano 4, programa lançado pelo presidente norte-americano Henry Truman, em 1949, no contexto da Guerra Fria, visando sobretudo evitar, pela superação da pobreza, o avanço mundial do comunismo (Daniels, 1951). E a pobreza, dizia o plano, era produto da falta de atitudes adequadas ao progresso, que por sua

vez poderiam ser resolvidas com informação sobre hábitos e procedimentos que levariam ao desenvolvimento pessoal, comunitário e do país. Em outras palavras, o caminho era educação, pela comunicação. Comunicação, desde então, passa a ser palavra-chave para se alcançar a superação da pobreza.

Essa perspectiva trazia junto uma metodologia de transferência de conhecimentos, que, em tese, promoveriam mudança de padrões comportamentais, supondo-se, então, que estes padrões poderiam ser modelados apenas pela aquisição de informações. Caracterizava-se ali o que se convencionou depois chamar de práticas transferenciais, que visavam repassar um conjunto de informações de um polo autorizado a outro, em princípio desprovido desse conteúdo.

Nesse tipo de prática subjazem pelo menos três concepções que afetam diretamente o modo como se pensa e como se pratica a comunicação: a comunicação como processo de codificação e decodificação estabelecido entre emissores e receptores, de forma linear, unidirecional, fechada e marcada pela busca da eliminação das interferências (ruídos), própria do modelo informacional (Shannon e Weaver, 1949); a língua como repertório, conjunto de códigos com significados imanescentes (relação mecânica entre significante e significado), portanto passíveis de transferência; e a autonomia do sujeito sobre a língua e a construção do significado. A medida de sucesso desta forma de ver a comunicação é a perfeita compatibilidade entre o dito e o compreendido (Araújo, 2000).

Muitos foram os fatores que ao longo do século XX contribuíram para fortalecer e imprimir cores locais a essa visão e suas correspondentes formas de aplicação nas políticas públicas e, mais especificamente, na saúde, confirmando e conformando sua matriz mais sólida e duradoura: a matriz transferencial. Estando desde seu começo associada à segurança nacional – entendida esta como variável dependente do desenvolvimento –, os governos ditatoriais representaram momentos exemplares no que toca à observação da matriz em funcionamento, potencializada pela notável expansão dos meios de comunicação e da publicidade. Mas não estiveram sozinhos: os governos civis de viés desenvolvimentista também deram uma boa contribuição neste sentido, principalmente e em todos os casos, por suas ações serem respaldadas em larga medida por aportes financeiros externos.

A matriz transferencial conheceu grande sucesso no campo da saúde, o qual desde o início do século vinha desenvolvendo ações calcadas na importância da educação e da comunicação para a superação dos problemas de saúde, buscando substituir – sem o conseguir – as práticas coercitivas pelas práticas persuasivas. Na época, a ascensão do modelo bacteriológico – com a descoberta de agentes patológicos específicos para cada doença e respectivos processos de transmissão – contribuiu para a ênfase crescente nas medidas individuais de higiene, enquanto as intervenções mais abrangentes sobre as condições socioambientais foram paulatinamente secundarizadas

(Cardoso, 2001). O indivíduo é peça-chave na matriz, uma vez que esta tende a minimizar as questões sociais e privilegiar os comportamentos individuais.

Esse cenário articulava-se muito bem com as teorias comunicacionais e a ideologia do progresso que modelaram o plano Ponto 4, caracterizando a existência de emissores que detinham o conhecimento científico e eram porta-vozes da civilização e do progresso e de receptores desprovidos de saberes e que precisavam ser motivados, convencidos ou mesmo coagidos a ações que em tese levariam à saúde e ao desenvolvimento.

Perdurando por todo o século XX, essa matriz passou por momentos de fortalecimento e sofisticação, como quando começa a se verificar a consolidação do modelo de saúde centrado no hospital, na dimensão curativa e na mercantilização da atenção. E momentos de contestação, à época que, no início dos anos 1960, no bojo do movimento nacionalista e anti-imperialista, o modelo de intervenção passou a representar tudo o que não se queria: de viés autoritário, não considerava a história e os contextos locais; não permitia a politização da população; e estava associado a interesses considerados espúrios.

Foi justamente nessa época que tomou forma aquela que as autoras podem considerar como uma segunda matriz, ainda que sempre em posição contra-hegemônica: a matriz humanista-dialógica. A partir das ideias e análises de Paulo Freire, instaura-se uma visão de comunicação oposta à de transferência de informações entre polos de poder desigual e equiparam-se os polos como detentores de saber e produtores de conhecimento. Diálogo e participação eram palavras-chave nesta perspectiva e passaram desde então a permear os discursos da saúde, mesmo quando em contextos dominados pela matriz transferencial.

Na segunda metade dos anos 1980, o Ministério da Saúde implantou um grande programa de intervenção que tinha justamente essa matriz como organizadora das estratégias e práticas, que ficaram conhecidas genericamente como Informação, Educação, Comunicação (IEC). O IEC, entre outras repercussões sobre a prática da comunicação e saúde, fortaleceu em parte do país a perspectiva dialógica, associada a manifestações culturais como forma de promover a saúde. Ainda hoje, mesmo com o programa extinto há duas décadas, a expressão e o discurso continuam vivos, inspirando práticas que procuram quebrar o predomínio de uma comunicação autoritária e verticalizada.

A perspectiva dialógica sempre esteve em posição contra-hegemônica e nunca logrou uma situação institucional mais estável, correspondendo geralmente à prática de setores sem muito poder de fogo na disputa entre os vários modelos da saúde, como aqueles que se dedicam à educação popular em saúde. Atualmente, passa por um processo de renovação, a partir mesmo destes atores, articulando suas tradicionais questões com outras que emergem dos novos movimentos sociais da saúde, como cidadania, cuidado, democratização.

Outras perspectivas se fizeram presentes ao longo do século XX e no início do século XXI, constituindo momentos significativos na modelagem de práticas e teorias que, a despeito de inovações e particularidades, em geral podem ser reunidas nessas matrizes. É o caso, por exemplo, da teoria da comunicação em dois fluxos (Katz e Dazarsfeld, 1955) e do *marketing* social da saúde: a primeira, trazendo à consideração a existência de instâncias intermediárias e influentes entre a fonte e o destino das mensagens e que – de diversas formas e em diferentes momentos – foi incorporado pela saúde, modelando estratégias comunicativas e mesmo influenciando a estruturação de alguns programas de atenção à saúde sem, contudo, abrir mão da linearidade e da verticalidade do processo; o segundo, de autoria bem mais recente, como uma versão aperfeiçoada e sofisticada da matriz transferencial, a partir da absorção de princípios e métodos da publicidade e do *marketing*.

Os modelos de comunicação não se sucedem de forma cronológica e linear, mas coexistiram e coexistem em diferentes configurações, atravessados por variáveis socioeconômicas e culturais, além daquelas mais afeitas à dinâmica do campo da saúde, como o quadro epidemiológico, as concepções e as estratégias de assistência, de prevenção e de promoção. Por seu turno, embora a matriz transferencial nunca tenha sido seriamente ameaçada no âmbito das instituições e programas de saúde, houve disputas, oposições e propostas contra-hegemônicas, como a mencionada perspectiva dialógica, e outras de menor presença, como as teorias críticas de comunicação.

Uma terceira matriz a se destacar, de constituição bem mais recente que as anteriores, pode ser chamada de “produção social dos sentidos” e tem como base autores da filosofia da linguagem e da semiologia, como Mikhail Bakhtin, Michel Foucault, Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Milton José Pinto e Eliseo Verón. Tendo emergido do trabalho de pesquisadores cujos estudos de pós-graduação foram feitos em escolas de comunicação a partir dos anos 1990, esta matriz traz para a saúde a desnaturalização das práticas sociais, faz a crítica da matriz transferencial, privilegia noções de contexto, discurso, intertexto e polifonia, considera a pluralidade de interesses no espaço público e entende a comunicação como um processo negociado de produção, circulação e apropriação de bens simbólicos.⁶ Embora esta matriz ainda seja contra-hegemônica, se se considerar o conjunto mais amplo da saúde no Brasil, pode-se dizer que esta já ocupa um espaço considerável, tendo produzido pesquisas, dissertações, teses, livros e artigos.

Antes de se passar ao próximo tópico, é preciso mencionar, mesmo que sucintamente, a questão tecnológica – ou dos *meios* –, com espaço assegurado nos estudos de comunicação, desde as primeiras teorias, assim como nas práticas institucionais de comunicação. Na saúde, pródiga na incorporação nem sempre crítica das tecnologias de comunicação, sua relevância fincou raízes fertilizada pela

6. Certamente, essa matriz, como as demais, comporta variações e o espaço aqui disponível não permite desdobramentos.

visão instrumental. Ao longo do tempo e no âmbito das variantes da matriz transferencial, os diferentes aparatos tecnológicos foram encarados como sinônimo de modernização e integrados ao leque de opções para a reiterada ênfase no uso dos meios adequados para cada “público-alvo”, acompanhando o preconizado ajuste de códigos entre núcleos produtores e receptores. Comunicação assim pode ser vista muitas vezes como uma questão de técnicas e meios, ficando sua problematização restrita ao bom ou mau uso que destes se faz. Bem se vê que, a partir das concepções instrumentais, os meios foram dotados de atributos por vezes paradoxais, posto que são vistos simultaneamente como centrais, exteriores e acessórios aos processos comunicacionais.

As tecnologias de comunicação recebem outra abordagem nas vertentes reunidas na matriz da produção social dos sentidos. Sempre inseridos em micro e macrocontextos, os meios técnicos integram as condições sociais de qualquer ato comunicativo. Deste ponto de vista, longe de constituir aparato neutro, cada meio interfere ativamente nos processos de comunicação ao introduzir protocolos específicos e exigir determinadas competências perceptivas e discursivas. Tais perspectivas certamente se nutrem do fortalecimento dos estudos culturais, a partir dos anos 1980, e de forma marcante da obra seminal de Jesus Martin Barbero, que abalou as formas tradicionais de perceber os meios pela atenção dedicada às mediações culturais que os atravessam e os constituem.

O vertiginoso desenvolvimento tecnológico verificado nas últimas décadas do século XX, notadamente em informática e telecomunicações, mudou a face do mundo e tem renovado constantemente os desafios políticos e teóricos relacionados à comunicação. Se desde os anos 1990 registra-se a notável e multifacetada produção sobre as características e os papéis desempenhados pelas redes de comunicação, a partir dos primeiros anos do século XXI tem-se o adensamento da reflexão sobre a midiatização da sociedade, expressão que busca condensar mudanças substantivas operadas pela mutação tecnológica contemporânea. Neste heterogêneo campo de estudos, um ponto de partida comum pode ser apontado: a emergência de um novo ordenamento cultural centrado na hipertrofia dos dispositivos midiáticos que, em intrínseca relação com o capitalismo de consumo, tem alterado de forma qualitativa as relações sociais, institucionais e subjetivas (Sodré, 2002). Midiatização, assim, diz respeito a uma nova ordem sociotécnica, na qual estratégias e dispositivos técnico-discursivos – antes próprios da esfera midiática – espriam-se por toda a sociedade e passam a tecer modos de organização social e processos de interação (Fausto Neto, 2006; 2010).

Em pesquisa destinada a mapear as práticas e as estratégias de comunicação e saúde, tomando por base seis capitais brasileiras (Fiocruz, 2009), as autoras puderam perceber pistas dos processos de midiatização em curso. Além da expansão do trabalho em rede e do uso de tecnologias de informação e comunicação, a mídia despontou

como objetivo central das estratégias de comunicação de diferentes instituições e movimentos sociais – para os quais também é modelo e parâmetro de atuação. Se estas tendências expressam os contornos, na saúde, deste processo mais amplo de midiaticização, ao mesmo tempo neste também se imprimem as marcas de seus próprios conflitos e a correlação de forças nas quais se desenvolvem, conferindo novas *nuances* às matrizes já existentes.

4 CENÁRIO ATUAL

4.1 Pesquisa em comunicação e saúde

Em tempos recentes, verificam-se o crescimento e a diversificação dos atores da saúde interessados na comunicação e dos pesquisadores da comunicação interessados na saúde, o que pode ser avaliado pelo crescimento dos trabalhos apresentados em congressos e revistas científicas. Este fenômeno – aqui registrado na observação contínua do campo – exigiria uma pesquisa específica que permitisse um real dimensionamento do fenômeno. Na ausência desta possibilidade, com o intuito de caracterizar melhor como a pesquisa nesta área de interface se vem configurando, as autoras optaram por trabalhar a partir de uma busca no diretório dos grupos de pesquisa do CNPq, que é um dos espaços mais legitimados a partir do qual as pesquisas no país podem ser identificadas.

O Diretório do CNPq foi criado em 1992, o que implica dizer que os grupos encontrados representam aqueles que se cadastraram a partir daquele momento. É possível que tenha havido grupos cuja criação e extinção foram anteriores a 1992, ou mesmo que foram cadastrados depois deste ano, mas foram extintos em algum momento sem deixar registro nesta base. Estes dados não foram passíveis de recuperação por meio desta forma de busca e trazem impactos na precisão histórica sobre o surgimento e a organização da pesquisa em comunicação e saúde. A despeito destes limites, as autoras acreditam que os dados aqui levantados proporcionarão uma visão consistente, ainda que aproximada, do passado e, mais ainda, um cenário sobre o momento presente.

A base para a coleta de dados foram as grandes áreas de *ciências sociais aplicadas* e *ciências da saúde*, utilizando-se as palavras-chave “comunicação e saúde”, “comunicação em saúde”, “comunicação para saúde” e “comunicação da saúde” como frase exata no campo *grande área do grupo*, selecionando dois descritores distintos: “ciências sociais aplicadas” (que reúne comunicação e também administração, arquitetura e urbanismo, ciência da informação, demografia e desenho industrial, direito, economia, economia doméstica, museologia, planejamento urbano e regional, serviço social e turismo); e “ciências da saúde” (educação física, enfermagem, fisioterapia, fonoaudiologia, medicina, nutrição, odontologia e saúde coletiva). Tais descritores foram privilegiados de modo a restringir o campo de busca diante de um universo

muito mais amplo e se justificam por representarem as áreas nas quais se situam os termos específicos de interesse das autoras deste capítulo (comunicação e saúde).⁷

Nas ciências sociais aplicadas, depois de todas as outras áreas que não eram comunicação serem eliminadas, as autoras focaram exclusivamente os grupos que explicitaram alguma vinculação com o termo saúde, seja no título, nas linhas de pesquisa ou no campo descritivo, o que resultou em um total de nove grupos.

Nas ciências da saúde, optou-se por manter a busca nas diferentes áreas predominantes, pois, diferentemente do que ocorria na comunicação, todas estas representavam alguma dimensão da saúde. Isto gerou um resultado de oitenta grupos, sobre os quais foi realizado um segundo procedimento de filtragem semelhante ao anterior, descartando aqueles que não apresentaram uma vinculação com o outro termo de interesse das autoras – neste caso, a comunicação. Ao final, 39 grupos foram obtidos, e estes foram incorporados em sua totalidade.

4.1.1 Caracterização geral dos grupos de pesquisa

Embora a grande área de ciências sociais aplicadas reúna um número bem maior de áreas predominantes que as “ciências da saúde” – a primeira reúne treze, a segunda, nove –, estas últimas revelaram uma presença muito maior de grupos que articulam os campos da comunicação e saúde: 25 e 80, respectivamente, no levantamento mais geral e, após os procedimentos de filtragem, 9 e 39. É preciso considerar, no entanto, que parte da explicação encontra-se no fato de que as autoras verificaram esta relação apenas na comunicação, ao passo que para as ciências da saúde elas reuniram um número maior de áreas predominantes.

Poder-se-ia afirmar que essa presença não apenas é mais recorrente nas ciências da saúde como também é mais longa, visto que as autoras identificaram a formação de grupos já nas décadas de 1980 e 1990 (tabela 1), como o grupo Estudo e Pesquisa sobre Comunicação em Enfermagem, criado em 1987 na Escola de Enfermagem da USP, e o grupo Comunicação em Saúde, surgido em 1996, no Departamento de Enfermagem da Faculdade de Medicina da UNESP. Cabe ainda mencionar um terceiro, cadastrado em 2000, Enfermagem e Comunicação, da Escola de Enfermagem da USP, em Ribeirão Preto-SP, que constitui um desdobramento do Grupo de Investigação sobre Comunicação Enfermeiro-Paciente, criado em 1986. Em contrapartida, o primeiro grupo que explicita a relação entre comunicação e saúde nas ciências sociais aplicadas somente surgiria em 2002: o Grupo de Pesquisa Miatização das Práticas Sociais, vinculado à Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

7. Certamente, as autoras obteriam resultados importantes se consultassem outras grandes áreas. Um bom exemplo é o caso das ciências humanas, onde está localizada a educação, que tradicionalmente esteve associada à comunicação nas práticas ligadas à saúde. No entanto, devido a limitações de tempo e espaço, optou-se por fazer uma busca mais focada.

Será justamente na primeira década do século XXI que o perfil das duas grandes áreas se aproximará: em ambos os casos, a maior parte dos grupos foi criada entre 2000 e 2009. Nas ciências da saúde, 28 dos 39 grupos identificados surgiram neste período, respondendo por 71,80% do total; no caso da área de comunicação das ciências sociais aplicadas observou-se uma percentagem ainda maior: 100%, como se pode verificar na tabela 1.

TABELA 1
Formação dos grupos por década (1980-2012)

Período	Área de ciências da saúde		Área de ciências sociais aplicadas/comunicação		Total	
	Número	Proporção (%)	Número	Proporção (%)	Número	Proporção (%)
1980-1989	3	7,69	0	0	3	6,25
1990-1999	5	12,82	0	0	5	10,41
2000-2009	28	71,80	9	100,00	37	77,09
2010-2012	3	7,69	0	0	3	6,25
Total	39	100,00	9	100,00	48	100,00

Elaboração das autoras.

Ao revelar uma clara intensificação do debate nos últimos anos, estes dados permitem compreender mais um pouco do processo de conformação do campo, embora sua capacidade de evidênciação possa ser potencializada por uma investigação mais detalhada sobre seus contextos específicos – tanto da comunicação como da saúde –, assim como do contexto da produção acadêmica no país.

No que diz respeito à localização, observa-se, de forma geral, uma predominância da região Sudeste: um terço dos grupos de comunicação das ciências sociais aplicadas é oriundo desta região. No caso das ciências da saúde, o fenômeno se dá de forma ainda mais acentuada, atingindo quase dois terços (59%). Não é surpresa que, entre os estados brasileiros, São Paulo e Rio de Janeiro representem os estados de maior concentração de pesquisa, reproduzindo no plano da organização acadêmica as desigualdades existentes na economia e na política. No entanto, se esta concentração no Sudeste é bastante acentuada nas ciências da saúde, o mesmo não ocorre em ciências sociais aplicadas/comunicação. Observa-se uma distribuição mais equilibrada entre as demais regiões (33% no Centro-Oeste, igualando o número do Sudeste, 22% no Sul e 11% no Nordeste), com exceção na região Norte, que não apresentou um grupo sequer. No caso das ciências da saúde, excetuando a polarização inicial, o restante das regiões apresenta uma presença relativamente bem distribuída de grupos (15% no Sul, 13% no Nordeste e 8% no Centro-Oeste). Novamente, a região Norte apresenta a menor prevalência. Estes dados podem ser melhor observados nas tabelas 2 e 3.

TABELA 2
Grupos de pesquisa de ciências sociais aplicadas/comunicação segundo o estado e a região

Região		Número por estado	Número por região	Total (%)
Norte		-	0	0
Nordeste	Rio Grande do Norte	1	1	11
	São Paulo	1	3	33
Centro-Oeste	Distrito Federal	1		
	Mato Grosso do Sul	1	3	33
	Mato Grosso	1		
Sul	Paraná	1	2	22
	Rio Grande do Sul	1		
Total		8 estados	9 grupos	100%

Elaboração das autoras.

TABELA 3
Grupos de pesquisa de ciências da saúde segundo o estado e a região

Região		Número por estado	Número por região	Total (%)
Norte		2	2	5
Nordeste	Bahia	2		
	Ceará	2	5	13
	Pernambuco	1		
Sudeste	Minas Gerais	3		
	Rio de Janeiro	8	23	59
	São Paulo	12		
Centro-Oeste	Distrito Federal	2	3	8
	Goiás	1		
Sul	Santa Catarina	4	6	15
	Rio Grande do Sul	2		
Total		11 estados	39 grupos	100%

Elaboração das autoras.

4.1.2 De qual comunicação se está falando?

Certamente, a abordagem conceitual de comunicação implicada nos vários grupos e nas várias iniciativas de ensino não é homogênea, assim como também não é a abordagem conceitual de saúde, nem a sua inter-relação. Considerando o contexto deste livro, as autoras se deterão aqui no que respeita ao modo de entendimento da comunicação.

Observam-se inicialmente os grupos de pesquisa das ciências da saúde. Nestes, chama atenção a clara diferenciação no grau de centralidade que a comunicação apresenta enquanto tema e questão. Há casos em que, mesmo constituindo uma linha de pesquisa ou estando na descrição das atividades da equipe,

representa uma entre várias questões igualmente relevantes. Em outros, este grau assume uma configuração estruturante, cujo principal indicador, para as autoras, é a forma como incluem o termo “comunicação” simultaneamente (ou quase) no título, nas linhas de pesquisa e no campo descritivo da página inicial. Quatorze dos grupos – denominados “grupos específicos” das ciências da saúde – preenchem este critério, os quais serão trabalhados pelas autoras a partir daqui.

Entre esses grupos, destacam-se as áreas da enfermagem e da saúde coletiva, representando dois terços do total, o restante sendo distribuído pelas áreas de medicina, educação física, nutrição, fonoaudiologia, fisioterapia e odontologia. Esta distribuição é perceptível também na produção de artigos científicos e *papers* para congressos.

Em seu conjunto, a concepção da comunicação e os campos disciplinares que estão em articulação são heterogêneos, embora se possa observar a predominância de alguns padrões, como a associação entre *comunicação* e *educação* (principalmente nos grupos da área de enfermagem), sendo a educação caracterizada por dois prismas distintos, conforme definido a seguir.

- 1) Eficácia da *prevenção*, na medida em que proporcionaria ao paciente informações adequadas sobre doenças e tratamentos. Em alguns casos a *promoção da saúde*⁸ é relacionada. Esta educação seria destinada à “população leiga” e inclui em um dos grupos o desenvolvimento de *material educativo*.
- 2) Aprimoramento do *cuidado*, como forma de promover “relações terapêuticas” entre a equipe, os pacientes e seus familiares. Os grupos que trazem esta perspectiva revelam forte preocupação com a comunicação interpessoal e os “problemas de comunicação” decorrentes das relações entre os atores envolvidos no processo terapêutico. O cuidado também é focado, pela perspectiva da educação, como autocuidado, e é vinculado a doenças, especialmente as crônicas, como *diabetes mellitus*.

Na área da saúde coletiva, um dos grupos dedica-se ao desenvolvimento de metodologias de planejamento e avaliação em comunicação e saúde, e a pesquisas sobre políticas, estratégias e práticas de comunicação, tanto no âmbito de instituições como da grande mídia. O interesse na análise da mídia também é encontrado na área predominante de educação física, por meio de um grupo cujo objetivo é “analisar os processos comunicacionais e midiáticos que determinam, influenciam ou direcionam as atuais instituições sociais e, por consequência, a opinião pública sobre a educação física e o esporte”.⁹

8. A prevenção e a promoção da saúde são modelos de assistência à saúde que, tendo surgido em tempos históricos distintos, coexistem nas práticas dos serviços. Como todos os modelos, são espaços de disputas por modos de configurar o campo, disputando sempre a prevalência nas políticas públicas.

9. Informações extraídas de: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0327409W8IPZS1>>.

Em escala bem menor, encontra-se a articulação entre *comunicação e cultura* e entre *comunicação e história*. No primeiro caso, a cultura é um parâmetro para a “divulgação comunicacional”, que por sua vez é associada à tecnologia e integra o conjunto de intervenções de saúde. No segundo caso, esta articulação se manifesta por meio da ação de recuperação do acervo audiovisual dos 20 anos do SUS, projeto realizado com financiamento do Ministério da Saúde.

A vertente tecnológica também está presente na associação entre comunicação e saúde, seja como linha específica de pesquisa ou como elemento associado na concepção dos objetivos do grupo. São introduzidas a tecnologia computacional e internet, e a inclusão digital.

Cumprir registrar ainda a preocupação (de forma pontual) com a comunicação na formação profissional, no ambiente de trabalho e na participação comunitária; com a discussão de processos de informação e comunicação no âmbito da atenção primária em saúde; a influência da comunicação na formação da identidade das pessoas; a vinculação entre comunicação, saúde e gestão, na qual, a partir da concepção habermasiana de comunicação, busca-se repensar as organizações sociais e da saúde; e a perspectiva da divulgação científica, que aparece tanto na saúde como nas ciências sociais aplicadas: na saúde, ela é descrita como “a comunicação formal e informal entre cientistas, assim como a comunicação científica para o público leigo”.¹⁰

A análise da ementa dos grupos permite afirmar que, em grande parte delas, a concepção instrumental da comunicação fica explícita. Expressões que podem ilustrar esta perspectiva são, entre outras, a “mudança de comportamento” como objetivo importante, o “uso da comunicação decodificada na educação em saúde para a população leiga”, a “identificação de entraves na comunicação entre estes elementos e o emprego de estratégias para minimizar problemas comunicacionais”.¹¹ Mesmo em formulações que avançam no entendimento da complexidade do processo comunicacional, como a que estabelece a intrínseca relação entre cultura e comunicação, a ideia de comunicação ainda é um conjunto de instrumentos a serviço da ação cultural. Esta visão está mais fortemente vinculada aos grupos que são voltados para os serviços de saúde, cuja preocupação específica é a melhoria das relações entre profissionais e usuários dos serviços de saúde.

Mas é possível perceber, também, o que foi afirmado no item relativo às matrizes teóricas e práticas quanto à porosidade do campo da comunicação e da saúde e ao convívio de diferentes matrizes. Assim, encontram-se, lado a lado com

10. Fonte: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067406JROCMT3>>.

11. Trechos extraídos das seguintes páginas eletrônicas, referentes a grupos de pesquisa: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067406JROCMT3>>; <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067404JCC3TMF>>; e <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067404OMBAVLE>>.

visões filiadas a uma matriz desenvolvimentista, outras visões que fazem emergir possibilidades distintas, como aquela que entende a comunicação como processo plural e negociado de produção de sentidos sociais, ou aquela que percebe sua importância estruturante no planejamento e na gestão da saúde.

Ao voltar o olhar para os grupos de pesquisa das ciências sociais aplicadas que se identificam de algum modo com a interface entre comunicação e saúde, pode-se observar que esta interface apresenta contornos bastante distintos dos grupos da saúde, modelados, sobretudo, pela apropriação das questões da saúde, que na maioria dos casos não é central, mas representa uma possibilidade entre outras de se tratarem as questões da comunicação. Em apenas um dos grupos é assinalada, em uma de suas linhas de pesquisa, a vinculação explícita de suas questões com o SUS. Quanto à comunicação, a abordagem privilegiada configura basicamente três grupos distintos, conforme definido a seguir.

- 1) Como prática de divulgação científica, presente como eixo teórico e metodológico em dois grupos nos quais os meios de comunicação de massa (jornais, internet, televisão, cinema etc.) apresentam papel de destaque e a saúde aparece como um dos temas vinculados à ciência. Neste caso, a principal interface se dá entre comunicação e ciência.
- 2) Como processo de midiaticização, entendida como a crescente presença da cultura midiática em práticas sociais diversas, em especial no âmbito da produção da notícia. A saúde é então posta como uma das instâncias de investigação no processo de midiaticização.
- 3) Como estudos de mídia – aqui a mídia é investigada a partir de recortes temáticos específicos, como juventude (da qual a saúde apresenta um subtema, ligado à promoção da saúde entre jovens), população idosa e meio ambiente (tema que aparece com destaque entre os grupos).
- 4) Como processo de democratização da comunicação – neste caso, a preocupação central é com as práticas e os métodos que permitam mais acesso ao exercício da cidadania, incluindo-se aqui, entre outros, a promoção da saúde.

Poderia ser colocado aqui, a partir do material analisado, que os grupos dessa área apresentam pouco diálogo com as questões relativas ao campo da saúde, com exceção das áreas referentes à promoção da saúde, mencionadas em dois grupos.

As autoras gostariam ainda de destacar o fato de a comunicação não se configurar exclusivamente como um campo de investigação, mas também como espaço de prática social. Em vários grupos foram encontradas propostas de atuação, como a criação de agências de notícias (por exemplo, Ciência e Notícia, Megafone), exposições, *sites* e assim por diante.

Nessa área, não foi possível que as autoras estabelecessem distinções a partir das matrizes teóricas da comunicação e da saúde, o que já era esperado. Com raras exceções, mesmo nos seus momentos de maior vinculação com a temática e com as questões próprias do campo das políticas públicas, a área da comunicação não recortou a saúde como seu objeto teórico de interesse, tratando-a apenas como prática social empírica que lhe permitia observar e compreender melhor os processos comunicacionais. As matrizes teóricas apresentadas e comentadas na seção 3 dizem respeito ao universo das políticas públicas, como saúde, agricultura e meio ambiente. A comunicação, livre das coerções institucionais e mediações próprias deste universo, avançou nas reflexões teóricas e nas proposições metodológicas, incorporando mais facilmente outras formas de entendimento e ação sobre o mundo.

É bastante sintomático que o grupo de pesquisa que, na saúde, imprime aos seus trabalhos o foco da produção de sentidos seja formado por pessoas que fizeram seus estudos de pós-graduação nos cursos de ciências sociais aplicadas, com forte ênfase na comunicação.

Um dos problemas que o campo da comunicação e saúde se depara, em seu processo de conformação, é a variabilidade das palavras-chave que os pesquisadores selecionam para seus trabalhos. Assim, qualquer base de dados consultada deixará de fora os trabalhos que, mesmo considerando a comunicação um elemento importante em suas pesquisas, não a tiverem – por diversas razões – como palavra-chave – solitariamente ou em suas possíveis combinações. Outras bases sequer a incluirão como indexador. Desta forma, o Diretório do CNPq não contemplou neste levantamento vários pesquisadores da área que seguramente atribuem relevância à comunicação em sua articulação com a saúde. Sem pretensão de exaustividade, as autoras lembrariam de pesquisadores da área da educação popular que têm abordado particularmente as questões da comunicação, conforme resumido a seguir.

- 1) Alguns pertencem ao Grupo de Trabalho, Comunicação e Saúde da Abrasco (pesquisadores da UFBA, da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Unirio, da USP, da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, da Fiocruz).
- 2) Um importante conjunto de pesquisadores que emergiu da linha de pesquisa intitulada *Comunicação científica da saúde*, desenvolvida por Isaac Epstein no Departamento de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), no período de 1998 a 2009.
- 3) Pesquisadores que, a partir da UnB, fazem pesquisas e promovem eventos e publicações.

- 4) Pesquisadores do Laboratório de Políticas e Práticas de Integralidade em Saúde (LAPPIS) do Instituto de Medicina Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), que desenvolvem trabalhos, publicações e eventos nos quais a comunicação compõe uma visão multidimensional da saúde.
- 5) Pesquisadores que em diferentes universidades (Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP, Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Universidade Federal de Goiás – UFGO, entre outras) desenvolvem suas investigações e/ou orientam pesquisas de pós-graduação em comunicação e saúde.

4.2 O ensino da comunicação e saúde

Tanto os grupos da saúde como os da comunicação do Diretório do CNPq – da mesma forma que a grande maioria dos pesquisadores que falam de outros lugares – estão vinculados à prática do ensino, principalmente aos programas de pós-graduação *stricto sensu*, embora em um ou outro se possa identificar a presença de atividades de extensão. A vinculação com a pós-graduação é natural, uma vez que na estrutura científica brasileira os grupos de pesquisa se formam, sobretudo, em torno de pesquisadores vinculados aos programas de mestrado ou doutorado.

O perfil institucional dos grupos de pesquisa permite observar em ambas as áreas essa articulação, uma vez que os grupos são, quase em sua totalidade, ligados a universidades (87,5%), conforme mostra a tabela 4. Esta característica provavelmente se deve à própria estruturação do ensino no país, que privilegia a articulação entre essas duas esferas, estimulando os professores a participarem de atividades de pesquisa, mediante a extrema valorização de publicação de *papers* científicos, participação em editais de fomento etc.

TABELA 4

Grupos de pesquisa segundo a natureza das instituições

Tipo das instituições	Ciências da saúde		Ciências sociais aplicadas/ comunicação		Total	
	Número	Proporção (%)	Número	Proporção (%)	Número	Proporção (%)
Federais	24	61,55	4	44,45	28	58,33
Públicas	6	15,38	2	22,22	8	16,67
Fundações	5	12,82	1	11,11	6	12,50
Privadas	4	10,25	2	22,22	6	12,50
Total	39	100,00	9	100,00	48	100,00

Elaboração das autoras.

As instituições às quais os grupos estão vinculados são tanto públicas como privadas, ainda que com esmagadora maioria das instituições públicas – apenas duas faculdades são privadas na área das ciências sociais aplicadas/comunicação (Universidade do Vale do Rio dos Sinos e Centro Universitário de Maringá) e, na área das ciências da saúde, as autoras identificaram quatro (Universidades do Sul de Santa Catarina, de Uberaba, do Vale do Itajaí e Universidade para o Desenvolvimento do Alto do Itajaí). No caso das instituições públicas, preponderam os grupos ligados às universidades federais: na área das ciências sociais aplicadas/comunicação, têm-se a UFRN, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), a UFMT e a UnB; e na área das ciências da saúde, foi encontrada uma grande pulverização entre as universidades federais de todo país, sendo a única exceção a USP, que sozinha representa um quarto das 24 instituições encontradas. Em seguida têm-se oito universidades estaduais, das quais se destacam UERJ e UNESP, ambas presentes nas duas grandes áreas. Por fim, foram identificadas, ainda que em menor quantidade, as fundações, em especial a Fiocruz, que representa quase a totalidade dos grupos de comunicação e saúde deste setor. Ainda que o Diretório do CNPq também comporte grupos ligados a institutos tecnológicos, a laboratórios de pesquisa e desenvolvimento de empresas estatais ou ex-estatais e a organizações não governamentais com atuação em pesquisa, nenhuma destas categorias foi identificada no levantamento realizado.

No entanto, é interessante assinalar que, mesmo estando nitidamente vinculada à estrutura de pós-graduação, a pesquisa sobre o campo da comunicação e saúde encontra pouca tradução formal nos espaços de ensino, como sua materialização em cursos *stricto* ou *lato sensu* sobre o tema, ainda bastante escassos.

A presença dominante da Fiocruz em comunicação e saúde no Diretório do CNPq corresponde ao investimento que a instituição faz na área desde o final dos anos 1980, quando foi criado o Núcleo de Vídeo, com suas primeiras atividades de pesquisa e ensino se iniciando nos anos 1990. Desde então, surgiram várias iniciativas no nível de pós-graduação *stricto* e *lato sensu*, estas servindo de amadurecimento para aquelas.

O primeiro curso de pós-graduação *stricto sensu* no país foi criado em meados de 2003 – o mestrado profissional em gestão da informação e comunicação em saúde,¹² que apresentou uma única edição. Em 2008, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) aprovou o Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS), na mesma instituição, vinculado à área interdisciplinar de avaliação.

O PPGICS oferece cursos de mestrado acadêmico e doutorado. Abriu suas primeiras turmas em setembro de 2009 e, em julho de 2012 (momento em que

12. O mestrado foi oferecido por uma parceria entre três unidades da Fiocruz: o então Centro de Informação Científica e Tecnológica, a Casa de Oswaldo Cruz e a Escola Nacional de Saúde Pública.

se escreveu este capítulo), já havia titulado duas turmas de mestrado (24 alunos) e qualificado duas de doutorado (doze alunos). Com duas linhas de pesquisa (informação, comunicação e mediações/informação, comunicação e inovação), a ementa de sua área de concentração aponta para o privilegiamento da investigação e análise crítica do circuito social do conhecimento, buscando compreender a especificidade dos contextos e processos de produção, mediação, circulação e apropriação de informações e dispositivos de comunicação, assim como dos atores, redes e políticas públicas presentes no campo da saúde.¹³

Em um outro nível de investimento, a UMESP ministrava, em seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, algumas disciplinas direcionadas para o campo da comunicação e saúde, particularmente vinculadas à linha de pesquisa mencionada anteriormente. O curso de mestrado acolheu durante muitos anos alunos interessados em pesquisar esta área de interface, tendo sido celeiro de muitos pesquisadores, hoje em plena atividade acadêmica e científica. O mesmo ocorreu com pós-graduações em outras universidades, marcadamente com a Escola de Comunicação da UFRJ e a Universidade do Vale do Rio dos Sinos, além da UnB, que – embora de forma menos acentuada – possibilitaram que vários alunos desenvolvessem suas pesquisas na interface entre comunicação e saúde – sem que estes privilegiassem o tema especificamente.

Há também poucas iniciativas de cursos de pós-graduação *lato sensu*, ainda que mais numerosas que os de caráter *stricto sensu*. A Fiocruz ofertou desde 1993 cursos de comunicação e saúde, inicialmente na modalidade aperfeiçoamento e, a partir de 2003, especialização, que em 2012 continua em vigência, com sete turmas formadas e uma em andamento. Cabe mencionar também o curso de “especialização em comunicação e saúde”, oferecido em 1997 pelo Instituto de Saúde Coletiva (ISC) da UFBA, o curso de especialização em comunicação e saúde da Escola de Gestão Social em Saúde da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e o curso de especialização em comunicação em saúde ministrado em 2011 pela Escola de Saúde Pública, da Secretaria Estadual de Saúde do Rio Grande do Sul, em parceria com a Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Outro tipo de especialização, conhecido como *master of business administration* (MBA), que na área da comunicação desenvolve abordagens focadas mais na gestão da comunicação e são espaços de fortalecimento da visão de comunicação como ação estratégica pautada pelo mercado, pode eventualmente incluir uma disciplina de gestão da saúde pública ou equivalente.¹⁴

13. Informações fornecidas pela página eletrônica da instituição. Disponível em: <http://www.fiocruz.br/pos_iciet/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=8>.

14. Em pesquisa realizada no Laces/ICICT/Fiocruz (2009), foram encontrados dois cursos desse tipo: um no Rio de Janeiro e outro em Brasília.

Na graduação, atualmente se presenciam as primeiras iniciativas de disciplina nos cursos de medicina, entre as quais as autoras mencionariam a do ISC/UFBA, por corresponder a um movimento histórico mais amplo de seus integrantes, tanto em ensino como em pesquisa – ambos anteriormente citados. Os cursos de graduação em comunicação, de um modo geral, têm pouco ou nenhum investimento em disciplinas que se aproximem das questões do campo das políticas públicas e, especificamente, da saúde.

5 FINALIZANDO

Neste capítulo, as autoras buscaram apresentar uma caracterização do cenário de pesquisa e ensino da comunicação e da saúde no país, trabalhando com a noção multi-dimensional de campo e identificando as principais matrizes teóricas que norteiam o pensamento e a prática comunicacional na área da saúde. Foi observado que, embora as relações entre estes campos remontem ao início do século XX, o estabelecimento da pesquisa é muito recente, situando-se nas décadas de transição entre o século XX e o XXI. As autoras identificaram que a estrutura de produção científica está prioritariamente centrada nas universidades públicas, em especial do Sudeste, com forte predominância nos cursos de pós-graduação. Foi constatado também uma grande heterogeneidade de perspectivas teórico-metodológicas, temáticas e práticas. As autoras puderam verificar que, ainda que a pesquisa em comunicação e saúde tenha crescido de forma significativa, ela permanece tendo discreta tradução sob a forma de cursos, existindo poucas iniciativas *lato sensu* e apenas uma *stricto sensu*. Constatou-se a permanência da articulação da comunicação e da saúde com a educação nos grupos das duas áreas analisadas, decorrente provavelmente da perspectiva da comunicação/educação como mudança de comportamento, típica da matriz transferencial, mas também da relação histórica entre estes campos.

Essa relação, que se estabeleceu desde o começo daquilo que depois progressivamente iria se configurando como um campo social, agregou a informação e perdura até hoje, exigindo e merecendo nos dias atuais um novo investimento epistemológico e teórico-metodológico para a compreensão de suas implicações. Atualmente, encontram-se a informação e a comunicação associadas nos nomes das instituições, nas linhas de pesquisa, nos cursos, nos editais, nos eventos. A educação, no plano do discurso, não se separa de uma ou de outra, sendo delas constitutiva. Mas, tanto estruturalmente como campo, continuam caminhando por trilhas próprias e muitas vezes independentes. A interdisciplinaridade, assim, ainda é um ideal a ser atingido.

Por fim, as autoras assinalaram que a reflexão sobre o campo de pertencimento é, sempre, uma dimensão constituinte do próprio campo. Quando se olha para o campo da comunicação e saúde, isto é feito na perspectiva de pessoas que dele participam como seus agentes. Portanto, seria impossível que este olhar não

fosse uma das variáveis a ser considerada. Ampliando este efeito, deve-se considerar que qualquer olhar retrospectivo é feito com os olhos de hoje, com o referencial de hoje, não com aqueles do momento em que a história foi sendo vivida e tecida. Isto posto, e considerando que a história continua em movimento e sua permanente reconfiguração é própria dos campos, as autoras deste capítulo consideram que o que está aqui é um registro produzido por um olhar específico, a partir de condições de produção específicas, em um tempo histórico e um contexto institucional e político específico. Outros registros são necessários e bem-vindos.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, I. S. **A reconversão do olhar**: prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

_____. Comunicação e saúde. In: PEREIRA, I. B.; LIMA, J. C. F. (Orgs.). **Dicionário da educação profissional em saúde**. 2. ed. Rio de Janeiro: EPSJV, 2009. p. 94-103.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M.; LERNER, K. Comunicação e saúde: o lugar de onde se fala. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 79-92, jul. 2007.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

CARDOSO, J. M. **Comunicação, saúde e discurso preventivo**: reflexões a partir de uma leitura das campanhas nacionais de aids veiculadas pela TV (1987-1999). 2001. 212 p. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

DANIELS, W. M. **The Point Four program**. New York: H.W. Wilson, 1951.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização, prática social**: prática de sentido. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 15., jun. 2006, São Paulo. 15 p.

_____. As bordas da circulação. **Alceu**: revista de comunicação, cultura e política, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, jan.-jun. 2010.

FIOCRUZ – FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde. **Políticas e práticas de comunicação no SUS**: mapeamento, diagnóstico e metodologia de avaliação. Rio de Janeiro, 2009. 99 p. (Relatório de Pesquisa).

KATZ, E.; LAZARSFELD, P. F. **Personal influence**. New York: Free Press, 1955.

INTERFACE: comunicação, saúde, educação. [s.d.]. Disponível em: <<http://www3.fmb.unesp.br/interface/interface.php?id=AREVISTA&lg=pt>>.

PAULINO, F. O. (Org.). **Comunicação e saúde**. Brasília: Casa das Musas, 2009.

PESSONI, A. **Contribuições da COMSAÚDE na construção do conhecimento em comunicação para a saúde**: resgate histórico e tendências dessa linha de pesquisa. Tese (Doutorado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2005.

PITTA, A. M. R. (Org.). **Saúde e comunicação**: visibilidades e silêncios. Hucitec-Abrasco, 1995a.

_____. Interrogando os campos da saúde e da comunicação: notas para o debate. In: _____. (Org.). **Saúde e comunicação**: visibilidades e silêncios. Hucitec-Abrasco, 1995b.

_____. **Comunicação, promoção da saúde e democracia**: políticas e estratégias de comunicação no Sistema Único de Saúde no Brasil. 2001. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

PITTA, A. M. R.; MAGAJAWESKI, F. L. Políticas de comunicação em tempos de convergência tecnológica: uma aproximação ao caso da saúde. **Interface**: comunicação, saúde e educação, Botucatu, v. 7, n. 4, p. 61-70, 2000.

RECIIS: revista eletrônica de comunicação, informação e inovação em saúde. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis>>.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SILVA, J. O. (Org.). **Saúde na mídia**. Porto Alegre: Dacasa editora, 2002.

SILVA, A. X.; CRUZ, E. A.; MELO, V. A importância estratégica da informação em saúde para o exercício do controle social. **Ciência & saúde coletiva**, v. 12, n. 3, p. 683-688, 2007.

SILVA, J. O.; BORDIN, R. (Orgs.). **Máquinas de sentido**: processos comunicacionais em saúde. Porto Alegre: Da Casa Editora; Escola de Gestão Social em Saúde, 2003.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAÚJO, I. S. Os muitos sentidos da comunicação e saúde. **Interface**, Botucatu, v. 8, n. 15, mar./ago. 2004.

FAUSTO NETO, A. Saúde em uma sociedade midiaticizada. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 198-205, jan.-jul. 2007.

OS ESTUDOS SOBRE EDITORAÇÃO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Sandra Reimão*
Felipe Quintino**

1 INTRODUÇÃO

Este texto divide-se em duas partes, além desta introdução. A primeira parte, seção 2, aborda o ensino de graduação em editoração, ou produção editorial, no Brasil, e constata o pequeno número de cursos de bacharelado neste segmento no país – atualmente apenas sete. A segunda parte, seção 3, versa sobre a pesquisa e a reflexão acadêmica brasileira sobre este tema e analisa o grande florescimento de trabalhos acadêmicos e de núcleos e centros de discussão voltados para a temática da edição e da história do livro, destacadamente no campo da comunicação.

O termo editar origina-se da palavra latina *edere* que significa gerar, parir, dar à luz, colocar no mundo. No âmbito da comunicação social a ideia de edição está tradicionalmente atrelada à ideia de livro e de impressão em papel. Assim, a concepção mais difundida da ação de editar é a de tornar público, de colocar no mundo uma obra imprimindo-a por qualquer modalidade de reprodução gráfica (Faria e Pericão, 2008, p. 270). A partir do século XX a ideia de edição passou a abranger também outros suportes materiais da comunicação, como discos, CDs, DVDs, páginas da internet etc.

A legislação brasileira sobre direitos autorais, destacadamente a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, contempla essa diversidade de suportes e define publicação como “(...) o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo”.

A mesma legislação caracteriza o editor como “(...) a pessoa física ou jurídica à qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição”.

* Professora da Universidade de São Paulo (USP).

** Mestrando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Para Faria e Pericão (2008, p. 271) editor é “(...) a pessoa física ou moral, singular ou coletiva, que assume a iniciativa e a responsabilidade pela produção, divulgação e difusão de uma publicação”.

Roger Chartier (2001, p. 48) caracteriza o editor como “(...) o coordenador de todas as possíveis seleções que levam um texto a se transformar em livro, e tal livro em mercadoria intelectual, e esta mercadoria intelectual em um objeto difundido, recebido e lido”.

A tarefa do editar abrange dois âmbitos de conhecimentos distintos, porém complementares: de um lado, a concepção e a coordenação da realização da obra do ponto de vista intelectual e material e, de outro, questões relativas a investimentos, custos, vendas e gestão empresarial da obra. No mundo anglo-saxão a pessoa que exerce a primeira atividade aqui descrita é chamada de editor e a que exerce a segunda é chamada de *publisher* (eventualmente a primeira atividade descrita pode ser realizada por duas pessoas – o editor intelectual e o diretor editorial de produção).

As diretrizes curriculares da área de comunicação social e suas habilitações, homologadas pelo Conselho Nacional de Educação em 2001, abordam algumas características no perfil do egresso de editoração.

1. Gestão e produção de processos editoriais, de multiplicação, reprodução e difusão, que envolvam obras literárias, científicas, instrumentais e culturais.
2. Desenvolvimento de atividades relacionadas à produção de livros e impressos em geral, livros eletrônicos, CD-ROMs e outros produtos multimídia, como vídeos, discos, páginas de internet e quaisquer outros suportes impressos, sonoros, audiovisuais e digitais.
3. Domínio dos processos editoriais, tais como planejamento de produto, seleção e edição de textos, imagens e sons, redação e preparação de originais, produção gráfica e diagramação de impressos, roteirização de produtos em diferentes suportes, gravações, montagens, bem como divulgação e comercialização de produtos editoriais. (Brasil, s.d.)

2 O ENSINO DE EDITORAÇÃO NO BRASIL

2.1 Década de 1970: o pioneirismo da UFRJ e da USP

A Escola de Comunicação e Artes (ECO), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), foi criada com essa denominação em 1967, e instaurada em 1968. Sua estrutura era composta por um departamento de comunicação e cinco outros departamentos: jornalismo; publicidade e propaganda; relações públicas; audiovisual; e editoração, conforme relatado na página eletrônica oficial da instituição.

Em 1971, a ECO mudou-se para o *campus* da Praia Vermelha e constituiu-se como uma unidade de ensino, pesquisa e extensão em comunicação social, com quatro habilitações, também conforme a página eletrônica oficial da escola: jornalismo; publicidade e propaganda; produção editorial; e radialismo.

O pioneirismo na criação de curso de produção editorial no Brasil cabe, pois, à ECO da UFRJ.

O bacharelado em produção editorial da UFRJ é atualmente (2012) chefiado por Mário Feijó e conta entre seus professores com Ana Sofia, Érica Almeida, Isabel Travancas, Luiz Carlos Paternostro, Neilton da Silva e William Braga.

No ano seguinte, 1972, tendo Miguel Reali como reitor, Antonio Guimarães Ferri como diretor e José Marques de Melo como chefe do Departamento de Jornalismo e Editoração, a Universidade de São Paulo (USP) instalou seu curso de editoração, a Escola de Comunicações e Artes (ECA).

Coube a Mário Guimarães Ferri, presidente da Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP) proferir a aula inaugural do novo curso no dia 6 de março de 1972. Coube a José Marques de Melo pronunciar, antes da aula inaugural, o discurso de saudação ao diretor e aos ouvintes.¹ Em sua saudação José Marques de Melo destacou que: “O curso de editoração visa contribuir para o desenvolvimento da indústria editorial brasileira” e assim ajudar a torná-la “(...) um instrumento efetivo de democratização da cultura” (Marques de Melo, 1972, p. 5).

O curso de editoração da ECA nasce com a experiência didática proporcionada pelo curso de jornalismo e aproveitando-se de seus equipamentos.

O curso de editoração, desde o início de seu planejamento, em abril de 1969, quando se começou a elaborar o anteprojeto da estrutura curricular, contou com a colaboração de representantes da Câmara Brasileira do Livro (CBL), presidida então por Paulino Saraiva.

O curso de editoração da USP, diferentemente do da UFRJ, optou “por um currículo mais amplo, o que pressupõe uma posição conceitual mais ampla em torno da Editoração”. O orador explicita que “a nossa preocupação não estará reduzida à formação de profissionais para a indústria do livro” e que ampliando o objeto o curso se voltará também “para outros campos editoriais (...) o disco, as revistas especializadas, as revistas em quadrinhos, as fotonovelas, os materiais educativos audiovisuais, as publicações empresariais, as edições governamentais etc.” (Marques de Melo, 1972, p. 6-7).

Marques de Melo é personagem essencial na construção e consolidação da ECA e de seu curso de editoração. Ele foi chefe do departamento de jornalismo e editoração de 1970 a 1972 e de 1983 a 1988, tornando-se, a seguir, em 1989, diretor da ECA, cargo em que permaneceu até 1993.

1. Os autores registram seu agradecimento a Paulo Cesar Bontempi, técnico acadêmico do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, pela indicação desse material e de outros documentos relativos à escola.

A página eletrônica oficial do curso de editoração da ECA-USP destaca, atualmente, três itens: *i)* atenção à modernização tecnológica; *ii)* grande inserção e aceitação de seus egressos no mercado de trabalho; e *iii)* atenção à pesquisa.

Desde sua implantação, o curso tem evoluído *pari passu* às transformações socioculturais e à evolução dos meios de comunicação, atento à modernização que alcança a indústria editorial no país e no exterior, utilizando equipamentos de multimídia para a produção do livro impresso e para a produção do livro eletrônico.

O curso de editoração da ECA-USP é uma das importantes opções da escola na área de comunicações. Sua primeira turma de formandos colou grau em 1975 e, até 1999, formou 280 profissionais, completamente absorvidos pelo mercado de trabalho, seja em editoras de livro impresso, seja em editoras de livros virtuais, seja, ainda, em jornais e revistas (...) Referência de ensino nos campos em que atua, o curso de editoração da ECA é, ainda, um estimulante centro de pesquisa em letras, arte e comunicação (USP, s.d.).

O curso de editoração da ECA-USP contou em seu quadro docente com Maria Otília Bocchini e Alice Mitika Koshiyama e conta atualmente (2012), entre seus professores, com Ivan Prado Teixeira, José de Paula Ramos Júnior, Maria Laura Martinez, Marisa Midore Deaecto, Plínio Martins Filho, Samira Youssef Campedelli e Terezinha Fátima Tagé Dias Fernandes. O Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP é chefiado atualmente por José Coelho Sobrinho.

O bacharelado em produção editorial da ECO-UFRJ e o de editoração da ECA-USP são cursos consolidados e prestigiados, seus egressos têm ampla aceitação no meio acadêmico e profissional da área.

Esses dois cursos permaneceram como os únicos do setor em universidades públicas e gratuitas até 2010, quando a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) inaugurou seu curso de produção editorial.

2.2 Década de 1970: Anhembí-Morumbi o primeiro curso privado do Brasil

Também em 1972 foi criado na hoje denominada Universidade Anhembí-Morumbi (UAM) o primeiro curso de editoração em uma instituição particular no país. A UAM originou-se da Faculdade de Comunicação Social Anhembí, criada em São Paulo, em 1970, por um grupo de publicitários, entre os quais, João Batista Reimão Neto. O curso de produção editorial da UAM, atualmente (2012) coordenado por Maria José Rosolino, existe há 40 anos e é bem conhecido entre editores e produtores culturais.

2.3 Década 2000: outros cursos em instituições particulares

Durante a década de 2000 três instituições particulares iniciaram cursos de produção editorial que se encontram em atividade até o momento: as Faculdades Integradas

Rio Branco (FRB), em São Paulo, e a Escola Superior de Estudos Empresariais e Informática (ESEEI), em Curitiba, Paraná, em 2000; e, no ano seguinte, a Faculdade Hélio Rocha (FHR), em Salvador, Bahia.

2.4 Década de 2010: UFSM cria o curso de produção editorial

Quase 30 anos após a criação dos cursos de produção editorial da ECO-UFRJ e da ECA-USP surge mais um curso no setor em uma universidade pública – na UFSM.

Documentos oficiais da UFSM caracterizam o perfil desejado para o egresso do curso de produção editorial.

1. Atuação na produção, no processamento e na divulgação da informação publicada em diferentes meios, especialmente nos sistemas industriais de comunicação de massa, capazes de coordenar aspectos conteudísticos, formais e mercadológicos do trânsito dos produtos editoriais.
2. Capacidade de uso correto do idioma nacional e das estruturas de linguagem adequadas aos meios em que atuar.
3. Domínio da convergência dos processos de edição de texto, áudio e imagem (estática e em movimento), em multimeios, organizando-os no sentido de conferir clareza e eficiência aos produtos de comunicação.
4. Exercício crítico de produtos culturais, baseando-se em sólido conhecimento do contexto contemporâneo, da história, das manifestações estéticas e dos meios de comunicação.
5. Planejamento e execução de produtos editoriais, zelando pelos aspectos éticos, criativos, técnicos e mercadológicos.
6. Ações de desenvolvimento editorial e de produção de bens de informação. (UFSM, [s.d.])

Comparando-se esse perfil de egresso com aquele apontado pelas diretrizes curriculares da área de comunicação social e suas habilitações, homologadas em 2001, notam-se dois acréscimos: *i*) a necessidade de apontar para o “uso correto do idioma nacional”, o que, aparentemente, indica uma preocupação com o ensino de segundo grau no país; e *ii*) a necessidade de se mostrar atento à questão da convergência dos processos de edição de texto, áudio e imagem, o que é, sem dúvida, atualmente, uma questão central no universo da edição. O curso de produção editorial da UFSM conta em seu corpo docente, entre outros, com Ada Cristina Machado da Silveira, Veneza Ronsini, Rejane de Oliveira Pozobon e Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello.

2.5 Graduação em editoração: observações gerais

Há atualmente no Brasil sete cursos de bacharelado em editoração ou produção editorial, sendo três deles em universidades públicas, UFRJ, USP e UFSM. Trata-se de um número muito reduzido se comparado com a amplidão de ofertas das outras habilitações da área: segundo o Cadastro de Instituições de Educação Superior e Cursos cadastrados do e-MEC, são 367 cursos de jornalismo, 440 de publicidade, 133 de relações públicas e 36 de radialismo. A pergunta que se impõe é: por que há tão poucos cursos de editoração/produção editorial. Pode-se levantar várias hipóteses, sendo as seguintes as principais.

1. Há pouco conhecimento sobre a profissão de editor.
2. As editoras brasileiras são tradicionalmente empresas familiares, o que dificulta a profissionalização da área.
3. Há grande oferta de cursos técnicos e de curta duração sobre o assunto.
4. As funções de jornalista acabam por se confundir e se sobrepor às funções do editor no mercado de trabalho e, correlatamente, a habilitação em jornalismo acaba por se sobrepor à habilitação em editoração nas instituições de ensino.

A constatação do pequeno número de cursos de graduação/bacharelado em editoração no Brasil e as hipóteses explicativas para esse fato, somadas, podem levar a concluir pela inviabilidade do crescimento numérico de cursos na área de editoração.

Por seu turno, é preciso observar que está em curso uma profunda mudança no conjunto dos meios de comunicação, com a imensa expansão das tecnologias digitais da comunicação e da informação, destacadamente: há novas ferramentas e instrumentos digitais que facilitam a produção de impressos (programas de edição de textos, programas de revisão e diagramação, programas de edição de desenhos e imagens, programas de edição e reprodução eletrônica de imagens digitais); a rede mundial de computadores, *web*, propicia toda uma gama de produtos e serviços comunicacionais (jornais e revistas *online*, livros digitais ou *online*, *blogs*, páginas eletrônicas pessoais e empresariais etc.); e há toda uma nova ecologia de relacionamento entre os meios (o jornal impresso, além da versão eletrônica, oferece também na *web* atualizações de hora em hora ou em tempo real; o livro impresso é adaptado para as telas de televisão e gera um jogo eletrônico; livros são planejados e escritos por escritores ou comunidades virtuais e posteriormente impressos em papel etc.). As imensas possibilidades abertas pelo mundo digital implicam uma reorganização do universo da comunicação social e um crescente espaço de atuação de editores, especialmente os que conheçam essa plêiade de ferramentas e meios eletrônicos.

3 A PESQUISA ACADÊMICA EM EDITORAÇÃO: A NOVA HISTÓRIA DO LIVRO

A internet permite a seus usuários o acesso a milhões de textos digitalizados e a indústria dos eletrônicos lança, a todo o momento, novos acessórios para leitura. A novidade do livro eletrônico parece ter gerado também um incremento nos estudos de editoração, nos estudos sobre história do livro. O surgimento de novas tecnologias de armazenamento, transmissão e suporte do impresso parece ter explicitado e aumentado a necessidade de um entendimento mais amplo do livro – objeto que foi durante os últimos 500 anos, pelo menos, o principal veículo difusor de ideias, informações, cultura e lazer da humanidade.²

Os estudos acadêmicos em editoração, ou produção editorial, são hoje um campo de conhecimento consolidado e em plena expansão.

Esse campo de conhecimento congrega pesquisas que buscam “(...) entender como as ideias eram transmitidas por vias impressas e como o contato com a palavra impressa afetou o pensamento e o comportamento da humanidade” (Darnton, 1990, p. 109).

Os estudos em editoração, na perspectiva do que se pode chamar de “história social e cultural da comunicação impressa” (expressão de Darnton) ou “nova história do livro” (expressão de Roger Chartier), foram sistematizados por Roger Chartier e Daniel Roche no capítulo *O livro, uma mudança de perspectiva*, da obra *História: novos objetos*, organizada por Jacques Le Goff e Pierre Nora, marco fundamental da chamada Nova História, publicado na França em 1974 e publicado em português pela Editora Francisco Alves, do Rio de Janeiro, em 1976.

No texto *O livro, uma mudança de perspectiva* os autores destacam que sendo o livro um objeto multifacetado sua história deve ser “(...) sensível a múltiplos apelos”: tanto da análise econômica, conjuntural e das ferramentas estatísticas, quanto da erudição técnica sobre materiais e instrumentos de impressão, como também dos estudos de semântica e de sociologia. Segundo Chartier e Roche somente com multiplicidade de enfoques e técnicas a história do livro poderá entender e analisar a produção e difusão desse objeto impresso em sua dualidade essencial, ou seja, “(...) como mercadoria produzida para o comércio e para o lucro; e como signo cultural, suporte de um sentido transmitido pela imagem e pelo texto” (Chartier e Roche, 1995, p. 99).

2. Os itens 3 e 3.1 deste texto retomam o artigo de Reimão (2004).

3.1 A pesquisa acadêmica sobre editoração no Brasil: antecedentes

O livro do brasilianista Laurence Hallewell, em *O livro no Brasil*, é habitualmente citado como uma referência inicial nos estudos sobre história social dos livros. Na verdade, há vários outros estudos relevantes sobre história do livro no Brasil, anteriores ao livro de Hallewell. Entre eles, cabe citar o clássico *Literatura e sociedade* de Antonio Candido, publicado pela primeira vez em 1965, em que o autor aborda a literatura ficcional brasileira e o tema de sua difusão e recepção. Ainda no âmbito da recepção de impressos, é preciso mencionar também o livro *Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias*, de Ecléa Bosi – em que a autora buscou conhecer a relação de um grupo de operárias de uma fábrica na periferia de São Paulo com o universo dos livros e do impresso (Bosi, 1977).

Entre vários outros trabalhos brasileiros relacionados ao circuito do livro anteriores a 1985 não se pode deixar de citar ainda: os livros de Rubem Borba de Moraes *Livros e bibliotecas no Brasil colonial* e *O problema das bibliotecas brasileiras* (primeira edição em 1943) e o livro de Maria Beatriz Nizza da Silva *Cultura e sociedade no Rio de Janeiro: 1808-1821*.

3.2 Núcleo de Pesquisa Produção Editorial da Intercom

No Brasil, um espaço de constituição da história do livro e da cultura impressa como campo de estudos e pesquisas acadêmicos, foi (e continua sendo) o grupo de pesquisa Produção Editorial da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Esse grupo foi fundado, em 1994, por Luis Guilherme Pontes Tavares, Aníbal Bragança e Sandra Reimão, entre outros e, inicialmente, recebeu a denominação de Grupo de Trabalho Produção Editorial, Livro e Leitura. Posteriormente, em 2001, essa denominação foi alterada para Núcleo de Pesquisa Produção Editorial.

O grupo foi fundado com uma ementa muito parecida com a que vigora hoje.

O Núcleo Produção Editorial constitui-se em um espaço de reunião, apresentação, reflexão e troca da produção acadêmica de pesquisadores das diferentes práticas de editoração e produção editorial, entre as quais se destacam, evidentemente, aquelas vinculadas ao livro, mas contemplam também outros suportes técnicos de mensagens escritas, como revistas, jornais, HQ, boletins, folhetos, impressos em papel, em suportes digitais ou inscritos em quaisquer outros materiais. Este núcleo, multi e transdisciplinar, visa agregar estudiosos das diversas disciplinas que estudam a produção editorial, em suas diferentes práticas, espaços e tempos (Intercom, s.d.).

Três aspectos devem ser destacados nessa ementa.

1. Apesar da ênfase no livro como o mais destacado espaço da cultura impressa, o Núcleo Produção Editorial abrange estudos em todos os suportes materiais da comunicação.
2. Por ser a cultura impressa um elemento central em todo o conjunto das práticas sociais, culturais e educacionais, estudos que a envolvam terão de ser, necessariamente, trans e multidisciplinares – indo da pedagogia à economia, da educação escolar às técnicas no uso de tintas, do *design* gráfico às questões governamentais de políticas públicas para bibliotecas.
3. As práticas profissionais relacionadas à produção do livro são profundamente inter-relacionadas com questões acadêmicas e históricas e um desses universos pode ajudar a entender e alterar o outro.
4. O antigo Grupo de Trabalho Produção Editorial, Livro e Leitura, atual Núcleo de Pesquisa Produção Editorial tem se reunido, regularmente, desde 1994, pelo menos uma vez por ano nos congressos da Intercom, e, se nos primeiros anos foram apresentados poucos trabalhos (cinco em 1994; sete em 1995), hoje a média é de 20 trabalhos expostos por congresso.

Foram coordenadores do grupo Intercom: Luis Guilherme Pontes Tavares (1994-1995), Aníbal Bragança (1996-2000 e 2007-2009), Sandra Reimão (2001-2006) e Ana Claudia Gruszynski (2010-2013).

Em um capítulo do livro *A ordem dos livros*, publicado em português pela Editora da Universidade de Brasília, em 1998, Roger Chartier, mapeando os estudos da nova história da cultura impressa, afirma que esses estudos se estruturam pelo entrelaçamento de três polos desta história: *i)* análise dos textos: suas estruturas, objetivos e pretensões; *ii)* história dos livros e de todos os objetos e formas do escrito; e *iii)* história dos leitores, “o estudo de práticas que se apossam de maneira diversa desses objetos ou de suas formas, produzindo usos e significações diferenciadas” (Chartier, 1998).

Percorrendo-se os títulos dos trabalhos desenvolvidos nesses dezesseis anos de encontros regulares do Grupo de Trabalho Produção Editorial, Livro e Leitura, atual Núcleo de Pesquisa Produção Editorial, percebe-se que esses três espaços de imbricação da história do livro estão fartamente contemplados como um espaço de “(...) reunião, apresentação, reflexão e troca da produção acadêmica de pesquisadores das diferentes práticas de editoração e produção editorial”. É de se destacar que muitos trabalhos foram apresentados e discutidos no grupo antes de se tornarem livros. Entre os livros que foram, pelo menos em parte, discutidos previamente nos encontros deste grupo, citam-se alguns no box 1.

BOX 1

- BORELLI, S. H. S. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade/EDUC/FAPESP, 1996. 243 p.
- BRAGANÇA, A. *Livraria ideal: do cordel à bibliofilia*. 2. ed. São Paulo: Com-Arte/EDUSP, 2009.
- DEAECTO, M. M. *O império dos livros*. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2011. 448 p.
- FERREIRA, T. M. T. B. C. *Palácio de destinos cruzados: bibliotecas, homens e livros no Rio de Janeiro (1870-1920)*. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1999. 240 p.
- GRUSZYNSKI, A. C. *A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2007. 196 p.
- HELLER, B. *Da pena à prensa: mulheres e leitura no Brasil (1890-1920)*. 1. ed. São Paulo: Porto das Ideias, 2006. 110 p.
- NERY, J. E. *Graúna e re bordosa: o humor gráfico brasileiro de 1970 e 1980*. São Paulo: Edições Pulsar, 2006. 120 p.
- NEVES, L. M. B. P.; MOREL, M.; FERREIRA, T. M. T. B. C. (Org.). *História e imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A Faperj, 2006. 447 p.
- NEVES, J. *Geraldo Ferraz e Patrícia Galvão: a experiência do suplemento literário do Diário de S. Paulo, nos anos 40*. São Paulo: Annablume, 2005. 216 p.
- REIMÃO, S. *Livros e televisão: correlações*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004. 147 p.
- REIMÃO, S. *Repressão e resistência: censura a livros na ditadura militar*. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2011. 184 p.
- ROSA, F. G. *Pasta do professor: o uso de cópias nas universidades*. Maceió: EDUFAL, 2006. 140 p.

Elaboração dos autores.

3.3 Núcleos de Pesquisa em Produção Editorial (LIHED, LEAD e Nele)

Há vários outros centros e grupos de pesquisa voltados para o tema da editoração – produção editorial, vinculados cursos ou departamentos de comunicação, destaquem-se três. O Núcleo de Pesquisa sobre História Editorial no Brasil (LIHED), coordenado por Aníbal Bragança na Universidade Federal Fluminense (UFF).

O LIHED tem como principais objetivos a criação do Centro de Memória Editorial Brasileira, a partir do acervo histórico da Livraria Francisco Alves e de outros que possam ser nele acolhidos, e, ao mesmo tempo, estreitar laços entre as instituições e os pesquisadores, no país e no exterior, afinados com o fortalecimento desse campo emergente de estudos, inclusive formando parcerias para o desenvolvimento de projetos intra e interinstitucionais na área, na busca de preencher lamentáveis lacunas no conhecimento acadêmico da cultura letrada e do mercado de livros e sua relação com a sociedade, construindo um novo olhar sobre a história da cultura brasileira e, diante dos desafios das novas tecnologias de informação e comunicação, sobre suas perspectivas futuras (UFF, s.d.).

O Laboratório Eletrônico de Arte e *Design* (LEAD), da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), coordenado por Ana Claudia Gruszynski que tem como missão:

Desenvolver atividades de ensino, pesquisa e extensão no âmbito da comunicação – com ênfase em *design*, produção editorial e relações entre a mídia e experiências artístico-culturais – que compreendam ações teórico-práticas fundadas em princípios reflexivos e críticos (UFRGS, s.d.).

O Núcleo de Estudos do Livro e da Edição (Nele), da ECA-USP, em associação com a EDUSP e com a editora do Curso de Editoração (Com-Arte), formado em 2009.

Concebendo a pesquisa acadêmica associada à extensão universitária, o Nele é um espaço de promoção, realização, registro e disseminação de estudos e pesquisas sobre história do livro e da edição no Brasil. São objetivos gerais do Nele: *i)* promover, realizar e registrar estudos e pesquisas sobre história do livro e da edição no Brasil; *ii)* ser um órgão centralizador e difusor de pesquisas sobre o tema; e *iii)* ser um espaço de apoio a atores sociais especializados nessa área do conhecimento.

O Nele está estruturado em quatro áreas temáticas de ação em pesquisa, difusão e transferência: 1. Bibliografia brasileira sobre livro e edição, coordenação: Plínio Martins Filho; 2. Memória da edição e do livro popular no Brasil, coordenação: Jerusa Pires Ferreira; 3. Livro e censura no Brasil, coordenação: Sandra Reimão; 4. História das práticas editoriais e da leitura no Brasil, coordenação: Marisa Midore Deaecto (USP e EDUSP, s.d.).

De diferentes formas, esses grupos mantêm relações acadêmicas de pesquisa.

É preciso destacar que o objeto livro também é estudado em relevantes grupos de pesquisa de outras áreas do conhecimento, cite-se, nesse sentido, o Laboratório de Economia do Livro do Instituto de Economia da UFRJ e os censos sobre livros da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), em São Paulo.

3.4 Os estudos sobre edição no campo da comunicação: temáticas preponderantes

Os temas da adaptação da literatura para a televisão, da evolução do *design* gráfico de livros e da recepção pela leitura são, sem dúvida, temas de grande presença no conjunto dos estudos comunicacionais brasileiros atuais sobre editoração.

Porém, a área de maior número de títulos, e uma das mais profícuas hoje nos estudos sobre editoração no Brasil, é o estudo sobre editores e empresas editoriais. Na década de 1990 Jerusa Pires Ferreira e Plínio Martins Filho inauguraram esta temática com o projeto Editando o Editor – uma série de livros de entrevistas com editores publicada pela Com-Arte, editora experimental da ECA-USP, nessa coleção foram entrevistados: Jacó Guinsburg, Flávio Aderaldo, Ênio Silveira, Arlindo Pinto de Souza, Jorge Zahar, Cláudio Giordano e Samuel Leon. Atualmente, nesse âmbito temático é preciso destacar a coleção Memória Editorial, publicada pela EDUSP. A *Coleção Memória Editorial* se volta para o passado das “gentes” do livro: editores, livreiros, impressores, ilustradores, tradutores, em suma, todos aqueles que executam os fazeres-saberes do mundo da edição.

No mesmo âmbito temático o Escritório de Livro, de Florianópolis, publica a *Coleção Memória do Livro* em que foram publicados os volumes: *Memórias esparsas de uma biblioteca*, de José Mindlin; *Memórias de uma guardadora de livros*, de Cristina Antunes; *Memórias de uma tradutora*, de Rosa Freire d'Aguiar; *Memórias de um tradutor de poesia*, de Geraldo Holanda Cavalcanti e *Um livreiro de todas as letras*, de Arnaldo Campos.

Em 2010, foi publicado o volume *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*, organizado por Aníbal Bragança e Márcia Abreu – uma coletânea essencial que apresenta em 35 capítulos de 40 autores o estado atual da pesquisa acadêmica brasileira no campo da editoração.

De maneira geral pode-se dizer que o olhar do pesquisador para o passado editorial do país, para os editores e para a formação e desenvolvimento da indústria livreira brasileira é um olhar interessado, ativo e seletivo que se dá a partir do tempo presente.

Esse olhar interessado para o passado da cultura impressa, dos livros e de seus agentes sociais é motivado por um sonho – o sonho de que o futuro da cultura impressa não seja marcado por exclusões, nem econômicas, nem culturais; o sonho de que a cultura impressa esteja cada vez mais acessível para número de pessoas cada vez maior.

REFERÊNCIAS

BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras operárias. Rio de Janeiro: Vozes, 1977.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional, 1998.

_____. Ministério da Educação (MEC). **Cadastro de Instituições de Educação Superior e Cursos cadastrados**. Disponível em: <www.emec.mec.gov.br>. Acesso em: 23 fev. 2012.

_____. Ministério da Educação (MEC). **Diretrizes curriculares da área de comunicação social e suas habilitações**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

CANDIDO, A. **Literatura e sociedade**. 3. ed. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1973.

CHARTIER, R. **A ordem dos livros**. Brasília: Editora da UnB, 1998.

_____. **Cultura escrita, literatura e história**. Porto Alegre: ARTMED, 2001.

CHARTIER, R.; ROCHE, D. O livro, uma mudança de perspectiva. *In*: LE GOFF, J.; NORA, P. **História: novos objetos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

DARNTON, R. O que é a história dos livros? *In*: _____. **O beijo de Lamourette**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

FARIA, M. I.; PERICÁO, M. G. **Dicionário do livro**. São Paulo: EDUSP, 2008.

HALLEWELL, L. **O livro no Brasil**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2005.

INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. **Página do grupo de pesquisa**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/pesquisa/gps/editorial.shtml>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

MARQUES DE MELO, J. O curso de Editoração na ECA-USP. *In*: FERRI, M. G.; MARQUES DE MELO, J. **Editoração na USP**. São Paulo: USP-ECA, 1972.

REIMÃO, S. Estudos sobre produção editorial e história dos livros no Brasil: algumas observações. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, Póscom-Umesp, 2ª sem. 2004.

_____. Mercado editorial brasileiro. **Com-Arte**, São Paulo, 1996.

SILVA, M. B. N. **Cultura e sociedade no Rio de Janeiro: 1808-1821**. Rio de Janeiro: Editora Nacional, 1978.

UAM – UNIVERSIDADE ANEHMBI-MORUMBI. Portal da UAM. Disponível em: <<http://portal.anhembi.br/index.html>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

UFF – UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. Núcleo de Pesquisa sobre História Editorial no Brasil (LIHED). **Página do núcleo**. Disponível em: <<http://www.uff.br/lihed>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

UFRGS – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico). Laboratório Eletrônico de Arte e Design (LEAD). **Página do laboratório**. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/lead/valores.htm>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

UFRJ – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Escola de Comunicação e Artes (ECO). **Pequena história sobre a Escola de Comunicação da UFRJ**. Disponível em: <<http://www.eco.ufrj.br/portal/news/historic/historic.html>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

UFSM – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Perfil do egresso**. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/prograd/downloads/File/CESNORS/JORNALISMO/PERFIL.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

USP – UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Escola de Comunicações e Arte (ECA). **Histórico do curso de Editoração**. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/cje/editoracao.php>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

USP – UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. EDUSP – EDITORA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Núcleo de Estudos do Livro e da Edição (Nele). **Página do núcleo**. Disponível em: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067609NX8IPZB>>. Acesso em: 26 fev. 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (Org.). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora da Unesp, 2010.

MORAES, R. B. M. **Livros e bibliotecas no Brasil colonial**. São Paulo: IEB, 1969.

_____. **O problema das bibliotecas**. Brasília: ABDE, 1983.

PAIXÃO, F. (Coord.). **Momentos do livro no Brasil**. São Paulo: Ática, 1995.

UFRJ – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Portal da Universidade. Disponível em: <<http://www.ufrj.br>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

O CINEMA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Arthur Autran*

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo é um breve panorama sobre os estudos de cinema no Brasil e contempla a inserção da área no campo da comunicação. Tal como alguns outros filões da comunicação, o cinema teve a sua institucionalização universitária em território nacional na década de 1960. No entanto, a reflexão a respeito da chamada “sétima arte” não surgiu a partir da universidade, pois, conforme buscar-se-á apontar, desde os anos 1920 havia círculos de pessoas em torno de revistas e cineclubes discutindo o cinema nas suas mais variadas esferas: a estética, a industrial, a ideológica, a de formação cultural etc.

O texto apresentado divide-se em duas partes, as quais se encontram estruturadas a partir da importante mudança institucional que significou a incorporação dos estudos de cinema à universidade brasileira, representada pelo começo das atividades do curso de cinema da Universidade de Brasília (UnB) em 1965.

Desta forma, a primeira seção do texto é dedicada ao período anterior ao início da mencionada institucionalização, tendo como marco a criação, em 1926, da revista *Cinearte* e possuindo como características de desenvolvimento a centralidade das revistas de cinema, do cineclubismo e da crítica. Já a segunda seção, caracterizada propriamente pela afirmação dos estudos sobre cinema na universidade, inicia-se em 1965 e segue até os dias atuais.

Afigura-se tanto mais importante descrever e analisar o período anterior à criação do curso de cinema da UnB pelo fato de, conforme será possível observar, existirem não apenas rupturas, mas também continuidades entre os dois momentos.

2 O INÍCIO DOS ESTUDOS DE CINEMA NO BRASIL (1926-1964)

A criação, em 1926, da *Cinearte*, revista editada no Rio de Janeiro sob a direção de Mário Behring e Adhemar Gonzaga, constitui-se como marco inicial dos estudos sobre cinema no Brasil.

* Professor adjunto no Departamento de Artes e Comunicação da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).
Endereço eletrônico: autran@ufscar.br.

O estabelecimento de períodos, marcos iniciais e finais, é sempre uma tarefa árdua, mas ao mesmo tempo importante, pois, entre outras funções, ela imprime parcialmente a perspectiva do autor do texto. Partindo deste pressuposto, seria necessário afirmar que há, não por parte do autor, a intenção de negar a existência no Brasil de um pensamento sobre cinema anterior à *Cinearte*. A própria atividade crítica de Adhemar Gonzaga e Pedro Lima desde 1924 nas páginas das revistas cariocas *Para todos* e *Selecta*, respectivamente, já o demonstra.

Porém, considera-se neste trabalho que a partir da *Cinearte*, pela primeira vez no Brasil, estruturou-se um pensamento coletivo sobre cinema com alguma organização, articulação e continuidade. Para tanto, certamente foi fundamental a própria base institucional e comercial representada pela revista, publicada por um dos principais grupos editoriais da época, a sociedade anônima “O malho”. Conforme observou Ismail Xavier (1978), o aparecimento de revistas como a *Cinearte* decorreu do desenvolvimento do mercado cinematográfico brasileiro, ocorrido com base no produto norte-americano. No Brasil, assim como em outras partes do mundo, surgiram revistas para divulgar Hollywood, seus filmes e artistas. Ainda segundo Ismail Xavier, o periódico brasileiro inspirava-se na fórmula da revista norte-americana *Photoplay*, por muitos anos “a mais importante publicação sobre cinema junto ao grande público americano” (Xavier, 1978, p. 168).

Cinearte, além do papel de divulgação da produção dominante junto ao grande público, exerceu também uma importante função na reflexão sobre cinema. Em um primeiro nível, este papel se deu por meio da campanha do cinema brasileiro orientada por Adhemar Gonzaga e por Pedro Lima, a qual buscava compreender e analisar os principais entraves para o desenvolvimento industrial, técnico e artístico da produção nacional. A campanha já era desenvolvida desde 1924 pelos jornalistas em *Para todos* e *Selecta*, mas é a partir de 1927, com os dois jornalistas irmanados em *Cinearte*, que ela toma maior vulto. Além destes dois críticos mencionados, *Cinearte* publicava textos de Álvaro Rocha, Octavio Gabus Mendes e Paulo Vanderley, cujas percepções em torno do cinema norte-americano dos anos 1920 – especialmente a centralidade do roteiro, a importância do diretor e da “fotogenia” – constituíram o núcleo das primeiras reflexões articuladas sobre cinema no contexto brasileiro. Para o grupo de *Cinearte*, Hollywood constituía-se no grande exemplo a ser seguido em termos artísticos e industriais. Ademais, como anotou Paulo Emílio Salles Gomes (1974, p. 321), “eles eram fãs, e o alimento do fanatismo cinematográfico eram os filmes americanos”.

Neste mesmo período, mais exatamente em 1928, foi fundado no Rio de Janeiro o Chaplin Club por iniciativa de Octavio de Faria, Plínio Sussekind Rocha, Almir Castro e Cláudio Mello. A importância desta agremiação foi enorme para o florescimento da reflexão sobre cinema no Brasil, sendo considerada por muitos como o primeiro cineclube do país.

O Chaplin Club tinha como objetivo central, segundo os seus estatutos, “o estudo do cinema como uma arte” (Xavier, 1978, p. 200). O funcionamento dava-se por meio de reuniões regulares mensais nas quais os seus membros apresentavam oralmente trabalhos previamente escritos. Alguns destes trabalhos depois eram publicados em *O fan*, o “órgão oficial” do grupo, o qual teve nove números, sendo sete no formato jornal e os dois últimos no formato revista. O viés de *O fan* era muito mais intelectualizado que o de *Cinearte*, tendo um público bastante restrito, limitado a uma pequena elite.

Além da defesa incondicional de Charles Chaplin e do ataque cerrado ao cinema sonoro, as ideias do Chaplin Club tiveram como eixo de discussão temas como a importância do roteiro e também das diferentes formas de decupagem. Ademais, este cineclube representou no Brasil o primeiro esforço no campo do estudo do cinema em termos de atualização teórica, pois seus membros liam e citavam autores como René Schwab, Ricciotto Canudo, Jean Epstein, Léon Moussinac e Vsevolod Pudovkin.

Cinearte deixou de ser publicada em 1942, mas já por volta de 1930 a revista diminuiu muito o seu calibre em termos de potencial reflexivo, pois Pedro Lima se afastou da redação e Adhemar Gonzaga encontrava-se cada vez mais absorvido com a sua produtora Cinédia. Já o Chaplin Club encerrou as atividades em 1931, diante da afirmação do cinema sonoro. Tanto a revista quanto o cineclube lançaram as bases para a reflexão sobre cinema no Brasil, além de servirem como inspiração para as futuras gerações. Não por acaso, Adhemar Gonzaga, Octavio de Faria, Pedro Lima e Plínio Sussekind Rocha, ao longo de suas vidas, tiveram importante papel formador de quadros para o cinema brasileiro.

A historiografia do cinema brasileiro ainda conhece mal a década de 1930. Particularmente em relação à cultura cinematográfica há pouquíssimas informações, e as que existem levam a acreditar que se tratou de um período de desenvolvimento quase nulo. Mas ainda em pleno Estado Novo surgiu, em 1940, o Clube de Cinema de São Paulo, dirigido, entre outros, por Décio de Almeida Prado e Paulo Emílio Salles Gomes. Esta experiência não durou muito, pois o clube foi logo fechado pela ditadura varguista após a exibição de algumas obras clássicas, como *O gabinete do dr. Caligari* – *Das cabinet des dr. Caligari*, de Robert Wiene (1920), ou *Metropolis*, de Fritz Lang, 1927 (Souza, 2002, p. 140-145). Apesar do pouco tempo de funcionamento, José Inácio de Melo Souza (2002, p. 146) entende que o clube representou “o renascimento da cultura cinematográfica no Brasil” e que Paulo Emílio buscou “refazer o trajeto iniciado com o Chaplin Club”.

Havia mais indícios desse renascimento a que se refere José Inácio de Melo Souza. Eles podem ser percebidos no aparecimento, em 1941, da revista paulistana *Clima*, a qual possuía uma sessão de crítica cinematográfica sob a responsabilidade

de Paulo Emílio Salles Gomes e que elevou muito o padrão da reflexão sobre cinema entre os brasileiros. Outro indício foi o debate promovido, em 1942, pelo crítico Vinicius de Moraes nas páginas do jornal carioca *A manhã* em torno da oposição cinema mudo *versus* cinema falado, pois, apesar deste último ter se imposto há mais de dez anos, a polêmica rendeu com a defesa apaixonada do silencioso por Vinicius de Moraes e pela participação na discussão de nomes como Ribeiro Couto, Plínio Sussekind Rocha, Octavio de Faria, Humberto Mauro, Aníbal Machado e Álvaro Moreira, entre outros (Galvão, 1981, p. 29-30).

José Inácio de Melo Souza demonstra com clareza as relações entre a nova geração de críticos e a do Chaplin Club.

Segundo o Chaplin Club, o filme sonoro era contrário à arte do cinema, beneficiando somente a indústria de Hollywood. A nova crítica, Paulo Emílio, Vinicius, Almeida Salles e Ruy Coelho, embora herdeira do pensamento do Chaplin Club, tomou posição diametralmente oposta: em vez de dar as costas ao fenômeno, resolveu discuti-lo. O ponto de vista assumido era uma continuidade e um rompimento com o passado. Ao mesmo tempo em que punha em campo todo o arsenal conceitual do cinema puro, operava-se um desligamento do radicalismo elitista de Octavio de Faria e Plínio Sussekind Rocha, ambos recusando qualquer utilidade no debate. A grandeza da atitude de Paulo encontrava-se, assim, no enfrentamento do problema. Devia-se procurar nos filmes contemporâneos os sinais de uma possível revitalização do cinema (Souza, 2002, p. 177).

Mas somente após o fim da ditadura do Estado Novo houve o re florescimento dos estudos sobre cinema no Brasil, processo marcado pelo fortalecimento da crítica e pelo surgimento de inúmeros cineclubes.

Em 1946, surgiu o novo Clube de Cinema de São Paulo, tendo à sua frente Almeida Salles, Benedito Junqueira Duarte (doravante B. J. Duarte) e Lourival Gomes Machado, entre outros. Três anos depois, o clube integrou-se a um dos mais importantes empreendimentos culturais da burguesia paulista, tornando-se a Filmoteca do Museu de Arte Moderna de São Paulo (Galvão, 1981, p. 34 e 36). No Rio de Janeiro, foi fundado, em 1948, o Círculo de Estudos Cinematográficos, organizado pelos críticos Alex Viany, Luiz Alípio de Barros e Moniz Vianna. A partir do final desta década, apareceram diversos cineclubes cujas atividades tornaram-se regulares, tais como o de Fortaleza e Santos, em 1948; Salvador, Florianópolis e Porto Alegre, em 1950; o Centro de Estudos Cinematográficos de Minas Gerais, em 1951; Marília, em 1952; a Ação Social Diocesana, em 1953, e o Grupo de Estudos Cinematográficos da União Metropolitana dos Estudantes, em 1957, no Rio de Janeiro; a Fundação Pro Deo de Comunicação, em Porto Alegre, em 1954; e o Centro Dom Vital, em São Paulo, em 1958 (Andrade, 1962, p. 11-21).

Em um momento no qual inexistiam escolas de cinema no Brasil, os cineclubes foram um lócus muito importante de discussão sobre esta atividade artística e industrial e de iniciação sobre a sua história e linguagem.

A transformação da filmoteca do Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo em Cinemateca Brasileira, em 1956 – tendo à frente Paulo Emílio Salles Gomes –, e a criação da Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, em 1957 – capitaneada por Moniz Vianna e Ruy Pereira da Silva –, colocaram em um novo patamar os estudos sobre cinema no país. Além de se constituírem em arquivos visando à preservação da cinematografia nacional, estes organismos exibiram obras importantes do repertório mundial, com destaque para a organização das importantes retrospectivas históricas do cinema norte-americano (1958), francês (1959), italiano (1960), russo e soviético (1961). No campo da documentação, as cinematecas também formaram bibliotecas dedicadas ao cinema, bem como editaram catálogos de grande importância informativa. Em artigo de 1957 publicado em *O Estado de S. Paulo*, Paulo Emílio Salles Gomes aponta para o papel que as cinematecas deveriam exercer no quadro da formação da cultura cinematográfica.

É a cultura cinematográfica das elites, incluindo os próprios cineastas, que precisa ser promovida, a fim de se criarem quadros que por sua vez trabalharão para elevar o gosto e as exigências do povo em matéria de cinema. Essa perspectiva é impensável sem uma cinemateca (Gomes 1982a, p. 96).

Não por acaso, as cinematecas foram um centro no qual alguns jovens talentos começaram a trabalhar com a cultura cinematográfica, tais como Gustavo Dahl, Maurice Capovilla e Jean-Claude Bernardet, em São Paulo, ou Cosme Alves Netto, no Rio de Janeiro. Além disso, ao longo dos anos 1950 e 1960, muitos jovens interessados em cinema, e que depois se tornariam cineastas, frequentaram sessões promovidas pela Cinemateca Brasileira e pela Cinemateca do MAM.

Entre o final dos anos 1940 e ao longo da década de 1950, os principais jornais e revistas brasileiros mantinham colunas de crítica cinematográfica. No Rio de Janeiro, atuavam nomes como Alex Viany, Luiz Alípio de Barros, Décio Vieira Ottoni, Ely Azeredo, Oswaldo Marques de Oliveira (Jonald), Moniz Vianna e Salvyano Cavalcanti de Paiva; enquanto em São Paulo pontificavam Almeida Salles, B. J. Duarte, Carlos Ortiz, Paulo Emílio Salles Gomes e Rubem Biáfora. Ademais, existiam críticos bastante respeitados atuantes em outros estados, como eram os casos de Walter da Silveira, na Bahia; Jomard Muniz de Britto, em Pernambuco; Paulo Fontoura Gastal (doravante P. F. Gastal) e Humberto Didonet, no Rio Grande do Sul; além de Cyro Siqueira, Fritz Teixeira de Salles e Jacques do Prado Brandão, em Minas Gerais.

Inspirando-se em revistas especializadas de crítica cinematográfica como as francesas *La revue du cinéma*, *Positif* e *Cahiers du cinéma*; a italiana *Bianco e Nero*; a inglesa *Sequence*; ou a norte-americana *Hollywood quarterly*, alguns destes críticos buscaram criar publicações dedicadas à discussão em alto nível sobre o cinema tanto pelo prisma artístico como pelo cultural, industrial ou ideológico. Em 1949, Alex Viany e Vinicius de Moraes lançaram, no Rio de Janeiro, *Filme*, mas a publicação tirou apenas dois números. A mineira *Revista de cinema*, criada por Cyro Siqueira e Jacques do Prado Brandão, entre outros, conseguiu tirar 25 edições entre 1954 e 1957; voltando a ser publicada entre 1961 a 1964, quando editou mais quatro números. Também oriunda de Minas Gerais é a *Revista de cultura cinematográfica*, de orientação católica e que publicou 36 números entre 1957 e 1963. Já em 1959, surgiu *Cinemateca*, editada pela Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e que tirou seis números.

Essa modernização da reflexão sobre cinema no Brasil acompanhou o próprio desenvolvimento da produção nacional, que havia entrado em novo estágio com a criação da Cia. Cinematográfica Vera Cruz, em 1949, e as questões daí decorrentes. O processo de modernização da cultura cinematográfica foi marcado pela leitura e discussão em torno de autores estrangeiros contemporâneos, como os franceses André Bazin, Georges Sadoul e Henri Agel; os italianos Guido Aristarco, Luigi Chiarini e Umberto Barbaro; ou os norte-americanos Andrew Sarris e James Agee.

Em um contexto de grande divisão político-ideológica marcado pela Guerra Fria, evidentemente isso se refletiu no setor da crítica. Em um texto de 1955, Fábio Lucas aponta que haveria então dois grupos de críticos no Brasil, os “esteticistas” e os “crítico-históricos”. Os primeiros caracterizavam-se pela preocupação única em analisar os filmes pelo viés das “leis” imanentes ao cinema, enquanto os outros estariam preocupados tão somente com a “mensagem” da fita e sua relação com a “opinião pública” (Lucas, 1955). Apesar de um tanto redutora, a classificação indica os dois principais polos da discussão sobre cinema no Brasil dos anos 1950: aquele polo preocupado com a análise eminentemente artística do filme e que era esposada por críticos de tendências políticas liberais ou conservadoras – cujo representante mais destacado seria Moniz Vianna – e o outro polo, voltado para a discussão em torno das ideias defendidas pelo filme e que em geral era marcado por graus variados de influência do marxismo – cujo exemplo principal seria Alex Viany. Ambas as correntes tinham como ponto comum a consideração da importância da obra analisada no contexto da história do cinema para proceder à correta avaliação.

Como exemplo da posição dita “esteticista”, é possível citar um trecho do artigo da autoria de Almeida Salles, publicado originalmente em 1956 no jornal *O Estado de S. Paulo*. No texto, intitulado sintomaticamente “Didática da crítica

de cinema”, Almeida Salles expõe quais deveriam ser os principais critérios para se avaliar uma obra cinematográfica.

Poderíamos enumerar, para exemplificação, certas exigências que são hoje patrimônio da cultura cinematográfica e que constituiriam as balizas do juízo crítico: i) exposição exaustiva do tema, no pormenor e na estrutura; ii) direção colada à fita, conduzindo-a presa, mesmo quando não parece que conduz e tendo em vista, em cada tomada, a fita inteira; iii) continuidade, no sentido de fluência expositiva, observando-se, para tanto, o emprego não arbitrário dos recursos de linguagem e usando a composição dentro do quadro, a composição entre um quadro e o seguinte, o contraste expressivo entre um quadro e outro, o enquadramento funcional e a angulação sempre significativa e nunca gratuita e de puro adorno; iv) valorização do tema por meio dos recursos de duração, cenografia, luz, som, mas tudo confluindo para explicitá-lo sempre plena e poderosamente e de preferência indireta e não diretamente, o que poderia levar ao pueril e ao superdidatismo (Salles, 1988, p. 27-28).

Almeida Salles (1988) considera a existência de outros critérios para julgar um filme, porém eles não seriam provenientes “da obra de cinema como criação artística autônoma”, mas sim das preferências de quem faz a avaliação, e entre os exemplos mencionados está o do “político ideológico”, que poderia defender filmes que reforçassem no público “ideias reformistas” (Salles, 1988, p. 25). Para Almeida Salles (1988), este tipo de crítica teria pouco valor, pois não levaria em consideração a arte cinematográfica em si.

Do outro lado do arco ideológico, Alex Viany, no importante ensaio “O realismo socialista no cinema e a revisão do método crítico”, publicado pela *Revista de cinema* em 1954, entende, a partir do marxismo-leninismo, que as “doutrinas filosóficas e políticas” seguidas pelo crítico subordinariam a sua compreensão estética, ademais, qualquer obra de arte seria “reflexo” da classe, da época e do país aos quais pertence o artista que a realizou. Considerando as contribuições do realismo socialista, Viany aborda a questão central da relação entre forma e conteúdo declarando que no cinema o segundo predominaria sobre a primeira, mas pondera.

Da mesma maneira, os adeptos do realismo socialista, estou certo, saberão encontrar um equilíbrio que permita a valorização do conteúdo, sem o sacrifício da forma – mesmo porque o conteúdo, por mais valores humanos que contenha, pode ser escondido, dispersado ou prejudicado através da aplicação de uma forma deficiente ou inadequada (Viany, 1954).

O texto não discorre sobre como seria o “equilíbrio” entre forma e conteúdo, no qual o último predomina, mas fica aberta a possibilidade de que existam múltiplas soluções, dependendo de cada realidade nacional. De qualquer modo, fica claro que para Viany, ao contrário de Almeida Salles, elementos externos à obra fílmica possuiriam papel central em sua análise.

Trata-se de um momento histórico de posições por vezes extremadas, mas central na reflexão sobre cinema no Brasil, inclusive sobre a própria produção nacional, a qual passou a ser analisada mais criteriosamente a respeito de sua evolução artística e industrial. Não por acaso, no final da década, foi publicado o primeiro livro sobre a história do cinema brasileiro, *Introdução ao cinema brasileiro*, obra de Alex Viany datada de 1959.

A influência desta geração de críticos sobre os jovens que integrariam o Cinema Novo é inegável, possuindo um papel formador sem dúvida alguma.

Seria ainda de observar que vários dos futuros cineastas ligados ao Cinema Novo, além da militância em cineclubes e de frequentadores das cinematecas, atuaram como críticos no início de suas carreiras. Este foi o caso de David Neves – *O Metropolitano* e *Tribuna da Imprensa*; Glauber Rocha – *Jornal da Bahia* e *Jornal do Brasil*; Gustavo Dahl – *O Estado de S. Paulo*; e Walter Lima Jr. – *Correio da Manhã*. A reflexão empreendida pelos jovens tinha por marca o diálogo e a apropriação da noção de cinema de autor – divulgada pelos críticos do *Cahiers du cinéma* –, a tradição do cinema brasileiro, bem como, em graus variados, o ideário nacional-popular, a filosofia existencialista e o marxismo. Estes novos críticos/cineastas promoveram uma intensa relação entre teoria e prática e viriam a realizar alguns dos filmes mais importantes da cinematografia brasileira.

3 OS ESTUDOS DE CINEMA NA UNIVERSIDADE (1965-...)

Antes do início das atividades do curso de cinema da UnB, em 1965, já havia toda uma discussão acumulada sobre a necessidade da instalação no país deste tipo de curso para formação de quadros em nível universitário. Por seu turno, a partir dos anos 1960, a imprensa e o cineclubismo têm as suas funções reduzidas como formadores na área de cinema e nos espaços de produção intelectual de ponta, perdendo espaço para as universidades.

No exterior, em 1919, foi fundado em Moscou o Gosudarstvenyi Institut Kinematographii (GIK), no contexto da ampla animação cultural dos primeiros anos da Revolução Russa e tendo em seu quadro de professores, nos primeiros anos de atividade do instituto, a colaboração de Lev Kuleshov, Vsevolod Pudovkin e Serguei Eisenstein. Em geral, esta é considerada a escola de cinema mais antiga de todas. Neste instituto vieram a ensinar também outros realizadores consagrados, tais como Aleksander Dovzhenko e Mikhail Romm. Ademais, importantes diretores soviéticos e estrangeiros formaram-se no GIK: Andrei Konchalovsky, Andrei Tarkovsky, Nikita Mikhalkov, Sergei Paradjanov, Marta Mészáros e Ousmane Sembene (Silva, 2004, p. 9-11).

No contexto brasileiro, entretanto, as escolas que tiveram maior influência foram o Institut des Hautes Études Cinématographiques (IDHEC) e o Centro

Sperimentale di Cinematografia. O IDHEC, fundado em Paris em 1943 e cujo funcionamento estendeu-se até 1988, contou em seus quadros com professores como Georges Sadoul e Jean Mitry, e formou diretores como Alain Resnais, Alain Cavalier, Constantin Costa-Gavras ou Volker Schlöndorff. Já o Centro Sperimentale di Cinematografia iniciou suas atividades em 1935 em Roma. Ao longo de sua história, teve professores como Luigi Chiarini, Rudolf Arnheim, Umberto Barbaro e Vittorio Storaro, além de formar profissionais como Michelangelo Antonioni, Giuseppe de Santis, Fernando Birri ou Marco Bellocchio. Diversos brasileiros passaram tanto pela escola francesa quanto pela italiana a partir do final da década de 1940 até os anos 1960, inclusive. O IDHEC recebeu os irmãos Geraldo e Renato Santos Pereira, Rodolfo Nanni, Rudá de Andrade, Eduardo Coutinho, Ruy Guerra e Joaquim Pedro de Andrade; já o centro recebeu César Mémolo Jr., Trigueirinho Neto, Luís Sérgio Person, Paulo César Saraceni, Gustavo Dahl e Glauro Mirko Laurelli.

A presença de brasileiros nas escolas estrangeiras demonstra a necessidade premente de uma instituição de ensino de cinema no Brasil já nos anos 1950. E o meio cinematográfico, ou pelo menos algumas parcelas dele, tinha clara percepção desta necessidade.

Um dos pioneiros na defesa da importância de uma escola de cinema no país foi Vinicius de Moraes. Ele entendia que a criação deste tipo de organismo pelo Estado Novo dotaria os futuros profissionais de conhecimento técnico e refinamento estético. Para o crítico e poeta, a escola possuiria uma função importantíssima, pois ela possibilitaria a instalação da indústria cinematográfica no Brasil (Moraes, 1944). Poucos anos depois, outro crítico tem posição semelhante à de Vinicius de Moraes, pois B. J. Duarte acreditava que, fora algumas honrosas exceções como *Limite* (Mário Peixoto, 1931), “o cinema nacional é coisa que não existe”, e isto se devia à falta de formação cultural dos cineastas. A solução advogada pelo cronista é que estes profissionais passassem pela universidade, e elogiava o Clube de Cinema de São Paulo pelo trabalho de formação no campo da arte cinematográfica (Duarte, 1949).

É de se perceber que tanto no caso de Vinicius de Moraes quanto no de B. J. Duarte a função da escola de cinema seria fazer surgir uma cinematografia de maior qualidade em relação a então existente no Brasil, de preferência, sem diálogo ou relações mais profundas com o meio profissional tal como ele estava organizado, considerado de maneira geral inepto técnica, artística e intelectualmente.

Ainda em 1949, foi inaugurado o Seminário de Cinema do Museu de Arte de São Paulo (MASP), coordenado pelo crítico e diretor Carlos Ortiz – o qual foi sucedido por Marcos Margulies e por Plínio Garcia Sanchez –, mantendo-se até 1960 ligado ao museu. Trata-se de um marco, pois apesar de não ser de nível

universitário, foi o primeiro curso regular no Brasil voltado para a formação de profissionais do setor de cinema. Teve em seu quadro professores como Osvaldo Sampaio, Rodolfo Nanni, Tito Batini, Máximo Barro, Jacques Deheinzelin, Alfredo Palácios e Ruy Santos. Formou, entre outros, Máximo Barro, Roberto Santos, Zulmira Ribeiro Tavares, Eliseu Fernandes, Galileu Garcia, Pedro Carlos Rovai, Milton Amaral e Ozualdo Candeias. Luciana Rodrigues Silva (2004, p. 42-43) registra que, durante o auge das tentativas industriais em São Paulo na primeira metade dos anos 1950, marcado pela atuação das companhias Vera Cruz, Maristela e Multifilmes, estas empresas contratavam os jovens egressos do seminário. Da perspectiva deste estudo, cabe observar que este primeiro organismo de ensino cinematográfico em parte realizava os sonhos de Vinicius de Moraes e B. J. Duarte, pois colaborava para a melhoria da qualidade do cinema brasileiro, porque contava com a atuação de professores que, em muitos casos, já eram profissionais com vários anos de atuação no mercado. Ou seja, em vez da ruptura imaginada pelos dois críticos, o ensino parecia encaminhar-se para uma complexa relação para com a tradição de cinema brasileiro, de maneira a retomá-la visando colaborar no desenvolvimento estético, cultural, técnico e industrial do setor.

Representativo ainda da necessidade de estruturas para a formação de quadros foi o curso ministrado pelo cineasta sueco Arne Sucksdorff entre 1962 e 1963 no Rio de Janeiro, organizado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) e pelo Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE). Jovens como Dib Lutfi, Eduardo Escorel, Vladimir Herzog, Arnaldo Jabor, David Neves e Luís Carlos Saldanha integraram-se ao curso, o qual resultou na produção do documentário de curta-metragem *Marimbás* – Vladimir Herzog, 1963 (Souza, 2000, p. 528).

Ainda devem ser mencionados os projetos de criação da Escola Nacional de Cinema. Já no I Congresso Nacional do Cinema Brasileiro, ocorrido no Rio de Janeiro em 1952, entre as 32 resoluções do conclave há uma na qual se “(...) recomenda às autoridades competentes a necessidade urgente da criação de uma Escola Nacional de Cinema” (Souza, 2005, p. 91). Pouco depois, no âmbito da Comissão Federal de Cinema, ressurgiu por meio de Renato Santos Pereira a proposta de criação da Escola Nacional de Cinema (Gomes, 1982b, p. 105). Foi também ele, em conjunto com seu irmão Geraldo Santos Pereira, quem apresentou à I Convenção Nacional da Crítica Cinematográfica, realizada em 1960 em São Paulo, o projeto desta escola, obtendo a aprovação de um curso com previsão de dois anos, o qual teria no currículo disciplinas como “História do cinema, obras e teoria do cinema”, “História das artes em relação com o cinema”, “Produção”, “Roteiro e direção”, “Direção de fotografia”, “Corte e montagem” e “Técnica de som” (Silva, 2004, p. 44-45). Apesar de todo o esforço e da pressão política do meio cinematográfico sobre o governo federal, a Escola Nacional de Cinema nunca entrou em funcionamento regular.

Os estudos de cinema começaram a se integrar à universidade brasileira de forma institucionalizada por meio da atuação de professores que ministravam tópicos relativos à história e/ou estética do cinema em disciplinas ligadas ao ensino de literatura e artes. Nesse sentido, Paulo Emílio Salles Gomes, já em 1961, colaborava com a Universidade de São Paulo (USP) no contexto da teoria literária – para a cadeira do professor Antônio Cândido – e na UnB, a partir de 1964, na disciplina de história da arte, no Instituto Central de Artes – ICA (Souza, 2002, p. 417 e 422).

A fundação do curso de graduação em cinema da UnB, em 1965, teve como seu articulador principal o próprio Paulo Emílio Salles Gomes. Também constavam entre os professores do curso: Nelson Pereira dos Santos, Jean-Claude Bernardet e Lucila Ribeiro Bernardet. A grade curricular previa disciplinas como “Técnica cinematográfica”, “Cinema brasileiro”, “Introdução à análise do filme”, “História do cinema”, “História das ideias cinematográficas”, “Economia cinematográfica”, “Sociologia brasileira” e “História do espetáculo” (Souza, 2002, p. 426-427). Fundada em 1962, a UnB foi planejada por Anísio Teixeira e por Darcy Ribeiro – este último seu primeiro reitor – para desempenhar o papel de renovar o ensino universitário brasileiro. Não deixa de ser notável o fato de que o cinema constou entre alguns dos primeiros cursos oferecidos pela instituição renovadora, no entanto, o golpe militar de 1964 destruiu o projeto da universidade. Em fins de 1965, mais de duzentos professores da UnB pediram demissão coletiva em decorrência de diversos atos repressivos da ditadura militar, tais como a nomeação de reitores sem consulta à comunidade acadêmica, a perseguição a docentes e discentes e a presença de forças policiais no ambiente universitário. Todo o curso de cinema desmontou-se neste processo, e demorou alguns anos até se rearticular, com outro quadro de professores. No entanto, ainda se deve registrar que duas pesquisas de fôlego foram desenvolvidas pelos professores Jean-Claude Bernardet e Lucila Ribeiro Bernardet em seus trabalhos de mestrado. No caso de Lucila, sobre o Ciclo de Recife, e no de Jean-Claude, em torno do Cinema Novo – o qual deu origem ao clássico ensaio *Brasil em tempo de cinema*.

Apesar da brevidade da experiência, o curso da UnB tem seu pioneirismo destacado neste trabalho pelo fato de que se inseria na preocupação de formar quadros artísticos, técnicos e intelectuais para o cinema brasileiro. Ademais, após a crise política, Paulo Emílio Salles Gomes voltou para São Paulo, onde colaborou na criação do curso de Cinema da USP; outrossim, Nelson Pereira dos Santos foi para Niterói, onde criou o curso da Universidade Federal Fluminense (UFF).

Outra questão a ser destacada diz respeito ao fato de que o curso de cinema da UnB deveria integrar a futura Faculdade de Comunicação de Massa, a qual, segundo o seu mentor, o jornalista e professor Pompeu de Souza, possuiria três escolas: a de jornalismo, a de publicidade e propaganda e a de

cinema, rádio e Tevê.² Em termos institucionais, o cinema passaria então a se vincular ao campo da comunicação. Entretanto, este processo foi interrompido, e o curso de cinema não chegou a sair do ICA, pois, como já exposto, a ditadura militar destruiu todo o projeto inovador da universidade, no qual Pompeu de Souza e Paulo Emílio Salles Gomes estavam integrados.

Deve-se reconhecer que o curso da UnB foi precedido pela criação de outro curso universitário, a Escola Superior de Cinema, da Universidade Católica de Minas Gerais, iniciado em 1962, em Belo Horizonte, sob a direção do padre Edeimar Massote e com a colaboração do frei Urbano Plentz e de Carmen Gomes – todos os três militantes do cineclubismo católico (Ribeiro, 1997, p. 161, 163 e 165). O interesse da igreja católica pela orientação cinematográfica foi enorme não apenas no Brasil mas também em várias outras partes do mundo. Foram criados, pela igreja e sob a sua égide ideológica, cineclubes, cursos e revistas de cinema. Além disso, ainda contava com a atuação de críticos católicos que faziam a resenha moral das obras cinematográficas na imprensa leiga. O próprio padre Edeimar Massote declarou à imprensa, na época da fundação do curso, que o seu objetivo, além de preparar “técnicos de cinema”, era: “formar professores de cinema para o segundo ciclo, promover as vocações de críticos e roteiristas e, finalmente, *dar uma visão mais profunda dos problemas cinematográficos aos orientadores de cineclubes ou de movimentos do cinema*” (Ribeiro, 1997, p. 163, grifo nosso).

Ora, não é difícil perceber que se pretendia formar ideologicamente, a partir das concepções da igreja católica, pessoal preparado para atuar na educação cinematográfica. Em que pese esta ter sido uma vertente importante das ideias cinematográficas no Brasil, e que merece inclusive maiores pesquisas, ela não foi preponderante na inserção do cinema no campo da comunicação. Por isso se afigura mais adequado indicar como pioneiro dos cursos de cinema o da UnB, o qual de fato influenciou na estruturação de vários outros centros de formação e de pesquisa em nível universitário.

Em 1967, iniciou-se o curso de cinema da então Escola de Comunicações Culturais³ da USP, coordenado por Rudá de Andrade e contando no corpo docente com professores como Paulo Emílio Salles Gomes, Jean-Claude Bernardet, Almeida Salles, Maurice Capovilla e Roberto Santos. Nas primeiras turmas, formaram-se alunos que logo também assumiriam a condição de professores, tais como Ismail Xavier, Marília Franco, Plácido de Campos Jr. e Eduardo Leone, entre outros (Souza, 2002, p. 496-498). No ano seguinte, iniciou-se o curso de cinema da UFF, ligado ao Instituto de Artes e de Comunicação Social (IACS), tendo entre seus fundadores, como já mencionado, Nelson Pereira dos Santos. Este convidou alguns cineastas e críticos

2. Depoimento de Pompeu de Souza, disponível em: <http://vsites.unb.br/fac/institucional/historia/historia_depoimento_pompeu_de_souza.htm>. Acesso em: 21 abr. 2012.

3. Em 1970, a escola mudaria o nome para Escola de Comunicações e Artes (ECA).

para comporem o corpo docente, entre os quais Sérgio Santeiro, José Carlos Avellar, Gustavo Dahl, Mário Carneiro e Breno Kuperman. Depois foram incorporados ao quadro de professores alguns alunos das primeiras turmas, por exemplo, João Luiz Vieira e Antônio Carlos Amâncio (Silva, 2004, p. 228).

Na cidade de São Paulo, também se iniciaram dois cursos de cinema de nível superior, mantidos por instituições particulares. O mais antigo deles era o da Faculdade São Luís, criado em 1965 pelo padre José Lopes, cujo funcionamento durou somente até 1970; contou com os professores Roberto Santos, Luís Sérgio Person e Paulo Emílio Salles Gomes e possuiu entre seu corpo discente Carlos Reichenbach, João Callegaro, Ana Carolina e Carlos Alberto Ebert (Malusá, 2007, p. 76, 81, 89 e 92). O outro é o da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), criado em 1975 por um grupo de profissionais de cinema que incluía Máximo Barro e Rodolfo Nanni (Silva, 2004, p. 239).

O curso da FAAP continua em atividade até os dias atuais, assim como o da USP – desde 2000 transformado no curso de audiovisual – e o da UFF. Todos três, em suas origens, estavam ligados a institutos ou faculdades de comunicação. O da FAAP já surgiu como habilitação do curso de comunicação social, enquanto os outros dois se tornaram habilitações deste mesmo tipo de curso no início dos anos 1970 (Silva, 2004, p. 73), quando por decisão do Ministério da Educação e Cultura (MEC), ocorrida na fase mais dura do regime militar, o cinema passou a ser uma habilitação da comunicação social.

A partir do final da década de 1960, sabidamente, os cursos de comunicação social tiveram enorme crescimento quantitativo em todo o país, especialmente no que tange às habilitações de jornalismo, rádio e tevê e publicidade e propaganda. A estrutura dos cursos era formada, em geral, por dois anos de disciplinas básicas, frequentadas por todos os alunos de comunicação social, e dois anos de disciplinas específicas relativas a cada habilitação.

Há que se considerar dois aspectos nessa relação do cinema com a comunicação no nível da graduação universitária. O primeiro aspecto é que não se tratava de algo criado pelo regime militar, pois a experiência que se delineou na UnB – destruída pelo próprio regime – já apontava para relações fortes entre cinema e comunicação dentro da estrutura da universidade. É óbvio, entretanto, que os militares não seguiram o projeto de Pompeu de Souza e Paulo Emílio Salles Gomes. Em decorrência disto, o segundo aspecto: a política educacional do regime militar forçou a institucionalização da área de cinema como parte da comunicação sem diálogo com a comunidade acadêmica e com base no projeto de modernização conservadora que marcou aquela quadra histórica do país. Esta decisão do MEC encontrou resistência nos quadros de docentes e discentes de cinema e dificultou a relação da área com o campo da comunicação.

A partir dos anos 1990, iniciou-se um movimento de flexibilização dos currículos obrigatórios, com isso, diversos cursos ligados ao campo do audiovisual são criados, alguns desvinculados da comunicação social. Entre os novos cursos, estão o de imagem e som da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), criado em 1996, e de audiovisual da Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA/USP). Deve-se ainda assinalar que, nos últimos anos, diversos outros cursos ou habilitações foram criados, com as mais diferentes propostas e nas mais diferentes regiões do país. Entre estes, são exemplos a habilitação em realização audiovisual do curso de comunicação social da Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos), iniciada em 2003, e o curso de comunicação social com habilitação em mídia-logia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), iniciado em 2004. Figuram neste rol ainda os cursos de cinema da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e de cinema e vídeo da Fundação de Artes do Paraná (FAP), ambos iniciados em 2005, e de cinema e audiovisual da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), iniciado em 2009.

Em nível de pós-graduação, é importante assinalar o surgimento, em 1972, dos dois primeiros programas em comunicação do Brasil, o da ECA/USP e o da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ (Souza, 2003). Estes programas pioneiros, e outros que surgiram posteriormente, possibilitaram o florescimento da produção acadêmica sobre cinema, sem embargo de que em programas de pós-graduação de história, letras, artes e ciências sociais também houvesse, e haja, trabalhos sobre o tema.

No campo da pós-graduação, um desdobramento importante, a partir dos anos 1990, é a constituição de programas voltados para a pesquisa em torno do audiovisual, com destaque para o cinema, tais como o Programa de Pós-Graduação em Multimeios da UNICAMP, criado em 1994; o Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar, de 2007; e o Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA/USP, de 2009. Estes são lócus institucionais da maior importância em relação à área do audiovisual no campo da comunicação, pois permitem uma ambientação acadêmica mais aprofundada aos estudos do cinema, da televisão e das novas mídias audiovisuais, com currículos que atendem às especificidades da área e com grupos de pesquisa que têm experiência em trabalhar com estes objetos.

Seria ainda de interrogar quais os principais eixos das pesquisas no Brasil em torno do cinema. Para fins de clareza expositiva, retoma-se neste texto a explanação de Fernão Ramos, a qual consegue dar conta de maneira eficiente desta questão.

No núcleo dos estudos de cinema vislumbramos três disciplinas diversas: “História do cinema”, “Teoria do cinema” e “Análise fílmica”. Neste passo, o primeiro filão analisa a “dimensão diacrônica da arte cinematográfica”, com atenção para a história

da produção de cada país, dos principais movimentos cinematográficos ou dos grandes diretores; o segundo abarca desde os estudos culturais até as relações entre filosofia e cinema, sem esquecer a discussão em torno da autoria e da própria teoria clássica do cinema elaborada entre os anos 1920 e 1950; finalmente, o terceiro viés dedica-se à discussão da “dimensão estilística do cinema” buscando elucidar os estilos de determinada(s) obra(s). Cabe ainda lembrar que existem recortes interdisciplinares, tais como “Literatura e cinema” ou “História e cinema” (Ramos, 2009, p. 8).

O que se afigura importante sublinhar é que, na atualidade, a área de estudos de cinema possui notável florescimento. Para além dos cursos de graduação e pós-graduação – tanto aqueles que trabalham exclusivamente com audiovisual como também programas de comunicação, mas com forte apelo em relação ao cinema –, um símbolo expressivo deste florescimento são os encontros da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), a qual, em 2011, promoveu a sua décima quinta reunião científica anual.⁴ A enorme quantidade de apresentações demonstra o grau de horizontalidade alcançado pelos estudos cinematográficos no Brasil. Deve-se registrar ainda, em relação aos congressos científicos e no campo da comunicação, que nos encontros anuais da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) também houve notável incremento nos últimos anos de *papers* versando sobre cinema e audiovisual, extrapolando em muito o Grupo de Trabalho Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual. Outro congresso importante na área de comunicação, o da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), entre as suas oito divisões temáticas, possui uma dedicada à comunicação audiovisual. Esta, por sua vez, conta com cinco grupos de pesquisa: cinema, ficção seriada, fotografia, rádio e mídia sonora e televisão e vídeo.

Essa expansão quantitativa e institucional dos estudos de cinema corresponde também a novos recortes: as relações do cinema com outras formas de expressão audiovisual, a economia do cinema – incluindo-se aqui a exibição e a distribuição –, as tecnologias cinematográficas, a questão do público e/ou do espectador, a educação audiovisual etc.

4 CONCLUSÃO

É possível constatar que os estudos de cinema encontram-se hoje claramente inseridos, em termos institucionais, no campo da comunicação. E mesmo em termos epistemológicos, há que se concordar com a afirmação de José Luiz Braga, ao comentar a necessidade de que o campo da comunicação tenha alguma identidade comum.

4. Os congressos da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine) ocorrem a cada ano em uma instituição universitária diferente. Em 2011, ele foi organizado pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).

A preocupação de ordem geral com o elemento identificador do campo (a interação comunicacional geral) é fundamental para superar a fragmentação – tanto das subáreas mediáticas entre si, como da mídia em relação à sociedade. O que evita a fragmentação é a percepção de que o fragmento estudado está em alguma relação com o processo geral da comunicação social (Braga, 2011, p. 73).

Do ponto de vista deste trabalho, a área de cinema deve se integrar continuamente à proposta desse autor, de “uma visada processual para a constituição do campo”, que estaria subsumida em “diferentes investimentos investigativos, sobre ângulos variados do fenômeno comunicacional, [que] possam buscar composição e tensionamento de suas questões e hipóteses” (Braga, 2011, p. 74).

No entanto, a tradição dos estudos cinematográficos e a própria história da formação daqueles que pesquisam o cinema no Brasil levam a uma inserção no campo comunicacional marcada por diferenças, negociações e rearranjos. Isto não deve ser visto como um dado negativo *per se*, afinal, a construção do conhecimento científico passa também pelo conflito. Espera-se que esta situação complexa colabore na construção de uma área de cinema mais madura, em um contexto teórico e institucional da comunicação aberto e que dialogue com as diferentes tradições.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. Cronologia da cultura cinematográfica no Brasil. **Cadernos da cinemateca**, São Paulo, n. 1, 1962.
- BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. **Verso e reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, jan.-abr. 2011. p. 62-77.
- DUARTE, B. J. Da inexistência do cinema nacional. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 24 maio 1949.
- GALVÃO, M. R. **Burguesia e cinema**: o caso Vera Cruz. Rio de Janeiro: Civilização brasileira/Embrafilme, 1981.
- GOMES, P. E. S. **Humberto Mauro, cataguases, cinearte**. São Paulo: Perspectiva/ Editora da USP, 1974.
- _____. Funções da cinemateca. In: EMÍLIO, P. **Crítica de cinema no suplemento literário**. Rio de Janeiro: Paz e Terra; Embrafilme, 1982a. p. 95-98. v. 1.
- _____. Cultura e escola. In: EMÍLIO, P. **Crítica de cinema no suplemento literário**. Rio de Janeiro: Paz e Terra; Embrafilme, 1982b. p. 103-107. v. 1.
- LUCAS, F. Sobre a crítica de cinema. **Revista de cinema**, Belo Horizonte, v. 3, n. 18, set. 1955.

MALUSÁ, V. **Católicos e cinema na capital paulista**: o cine-clube do Centro Dom Vital e a Escola Superior de Cinema São Luis (1958-1972). 2007. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

MORAES, V. Crônicas para a história do cinema no Brasil. **Clima**, São Paulo, n. 13, ago. 1944.

RAMOS, F. Estudos de cinema na universidade brasileira. **Lasa forum**, Pittsburgh, v. 40, n. 1, p. 7-9 2009.

RIBEIRO, J. A. **O cinema em Belo Horizonte**: do cineclubismo à produção cinematográfica na década de 60. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1997.

SALLES, F. L. A. Didática da crítica de cinema. *In*: _____. **Cinema e verdade**: Marylin, Buñuel, etc. São Paulo: Companhia das Letras; Cinemateca Brasileira, 1988. p. 25-28.

SILVA, L. R. **A formação em cinema em instituições de ensino superior brasileiras**: Universidade Federal Fluminense, Universidade de São Paulo e Fundação Armando Álvares Penteado. 2004. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SOUZA, J. I. M. Verbete “Arne Sucksdorff”. *In*: RAMOS, F.; MIRANDA, L. F. (Orgs.). **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000. p. 527-528.

_____. **Paulo Emílio no paraíso**. Rio de Janeiro: RECORD, 2002.

_____. **Um balanço sobre o cinema brasileiro na universidade**. São Paulo: Editora da USP, 2003. Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/bancodeteses/cinebrasileironauniversidadehtm.htm>>.

_____. **Congressos, patriotas e ilusões e outros ensaios de cinema**. São Paulo: Linear B, 2005.

VIANY, A. O realismo socialista no cinema e a revisão do método crítico. **Revista de cinema**, Belo Horizonte, v. 1, n. 3, jun. 1954.

XAVIER, I. **Sétima arte**: um culto moderno. São Paulo: Perspectiva; Secretaria da Cultura/Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, 1978.

ENTRE CAMPOS: OS ESTUDOS DE TELEVISÃO NO BRASIL

Igor Sacramento*

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o interesse acadêmico pela televisão emergiu nos anos 1960 com as análises sobre a cultura de massa, a comunicação de massa e/ou indústria cultural. Isso está evidente nos títulos de diversos livros traduzidos para o português e publicados no Brasil, tendo como público-alvo alunos e professores de cursos superiores de comunicação social, sobretudo em disciplinas como teoria da comunicação e sociologia da comunicação. Esses foram os casos de *Cultura de massa no século XX*, de Edgar Morin (Forense, 1967); *A ideologia da sociedade industrial*, de Herbert Marcuse (Zahar, 1968); *Comunicação de massa e desenvolvimento*, de Wilbur Schramm (Bloch, 1970); *Teorias da comunicação de massa*, de Melvin DeFleur (Zahar, 1971); *Ideologia, estrutura e comunicação*, de Eliseo Véron (Cultrix, 1970); *O sistema dos objetos*, de Jean Baudrillard (Perspectiva, 1973); *Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento*, de Wilbur Schramm e Daniel Lerner (Melhoramentos, 1973); *A galáxia de Gutenberg e os meios de comunicação como extensão do homem*, de Marshall McLuhan (Cultrix, 1968, e Editora Nacional/Editora da USP, 1972); *Mitologias*, de Roland Barthes (Difusão Europeia do Livro, 1972); *Apocalípticos e integrados*, de Umberto Eco (Perspectiva, 1972); *A economia das trocas simbólicas*, de Pierre Bourdieu (Perspectiva, 1974); *Sociologia e comunicação*, de Antonio Pasquali (Vozes, 1973); e *Sociodinâmica da cultura*, de Abraham Moles (Perspectiva, 1975).

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

* Professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).

Um dos primeiros trabalhos acadêmicos sobre televisão publicados foi a dissertação de mestrado de Mauro Lauria de Almeida (1971), apresentada em 1968, na Universidade do Texas. Com o título *A comunicação de massa no Brasil*, o livro, seguindo a tendência da época, incluiu a análise da estrutura televisiva no desenvolvimento dos meios de comunicação massivos. Almeida demonstrou como a televisão vinha se constituindo como um importante espaço publicitário e como forma de garantir mais dividendos para as empresas e visibilidade para suas marcas, seus produtos e seus serviços.

Além do aumento do interesse por discussões acerca do massivo na sociedade brasileira, a consolidação dos estudos televisivos no transcurso entre as décadas de 1970 e 1980 também esteve relacionada à centralidade que a televisão já tinha na sociedade brasileira. Durante a ditadura militar, os meios de comunicação, especialmente a televisão, eram estratégicos para a consolidação do regime militar. A política dos militares, baseada no binômio segurança/desenvolvimento, possibilitou a modernização dos meios de comunicação e o aumento do acesso a eles. Antes muito restritos às classes mais abastadas, agora fazia parte da política cultural dos militares esse tipo de consumo, especialmente o de aparelhos televisivos. Por isso, o governo fez tanto esforço para que se pudesse fazer no país uma rede nacional de televisão; no caso, a Rede Globo. Em 1965, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) foi criada, e, com ela, surgiu a base tecnológica para promover a integração nacional pela rede. Nesse momento, o debate acadêmico sobre a televisão ganhou *status* de uma crítica ao regime militar e às suas formas de estruturação de poder e dominação na consolidação do capitalismo brasileiro.

Este capítulo analisa a constituição dos estudos televisivos no Brasil a partir de livros publicados entre a década de 1960 e a de 2000. Nesses cinquenta anos, não foram catalogados todos os livros sobre o assunto, pois o objetivo era observar – a partir de determinadas publicações – a emergência, a consolidação e a transformação de diferentes abordagens do estudo acadêmico da televisão. Para isso, foram constituídos alguns critérios de seleção. Por estudo acadêmico, são considerados aqueles que ou foram resultados de teses e dissertações ou de projetos de pesquisa e reflexões críticas de professores e pesquisadores vinculados a instituições de ensino superior e centros de pesquisa. Entendendo que o campo da comunicação, assim como a televisão como objeto de pesquisa, se constitui nas fronteiras e nos trânsitos entre diferentes campos disciplinares, também são incluídos os trabalhos realizados em outras ciências sociais (sociologia, ciência política, antropologia, história e educação). Assim, é possível demonstrar sob quais abordagens a televisão interessa como objeto de reflexão sobre o campo da comunicação e das outras ciências sociais.

A escolha dos livros considerados neste capítulo também foi baseada a partir de outras sistematizações da pesquisa em televisão no Brasil (Bergamo, 2006;

Mattos, 1990; Silva, 1992). Cite-se, ainda, o levantamento realizado pelo autor deste trabalho e por Ana Paula Goulart Ribeiro, em 2011, para a produção de texto sobre os contextos políticos e socioculturais da constituição do campo da comunicação no Brasil (Sacramento e Ribeiro, 2012).

Nessa reflexão, foram identificadas as seguintes abordagens como as mais presentes nos estudos acadêmicos de televisão no Brasil: a crítica, a política, a economicista, a linguística, a culturalista, a histórica, a estética e a tecnológica. Antes de detalhar essa classificação, é preciso afirmar que ela é uma forma de organização das principais tendências. Não significa ignorar os cruzamentos e as múltiplas afetações dos trabalhos por variadas perspectivas teórico-metodológicas. Buscou-se demonstrar qual é o eixo estruturante da constituição da televisão como objeto de reflexão de cada uma das pesquisas e como estas podem ser agrupadas, apesar de suas diferenças.

Desse modo, a história das pesquisas em televisão no Brasil contada neste capítulo tem diferentes entradas. Uma é pela emergência e consolidação de abordagens. Em cada uma delas, de modo cronológico, poderão ser acompanhadas as mudanças e as tendências. Assim, poderá ser entendido como as diversas abordagens de estudo da televisão surgiram e se consolidaram, como diferentes trabalhos se articulam a tais perspectivas e como as tendências das pesquisas em televisão repercutem as mudanças de predominância paradigmática do próprio campo da comunicação no Brasil.

2 A ABORDAGEM CRÍTICA

Os meios de comunicação de massa são, nos termos de uma abordagem marxista, um conjunto de meios de produção que, na sociedade capitalista, estão na posse da classe dominante. Justamente por isso, em uma posição marxista mais ortodoxa, tais meios simplesmente divulgam as ideias e as visões de mundo da classe dominante e negam ou neutralizam os ideários alternativos. Os meios de comunicação de massa seriam instrumentos dos mais eficientes na produção da “falsa consciência” nas classes trabalhadoras. Isto pode levar a uma posição extremada. Os produtos midiáticos seriam vistos como expressões monolíticas de valores da classe dominante, desconsiderando qualquer diversidade de valores na classe dominante e nos meios de comunicação, bem como a possibilidade de leituras de oposição pelos públicos.

A abordagem crítica tem como referência teórica importante a Escola de Frankfurt e, especialmente, a obra de Theodor Adorno e Max Horkheimer. Assim, o estudo da televisão está inclinado a observar os modos de manipulação e dominação culturais, a ênfase na racionalidade técnica e no mundo governado pela forma mercadoria, a despotencialização da resistência e do desejo revolucionário e o fetichismo

da mercadoria. O termo indústria cultural foi cunhado para designar que a produção cultural estava se tornando semelhante à de uma fábrica, só que de produção padronizada de bens culturais – filmes, programas de rádio, revistas etc. – que são usados para manipular a sociedade e promover passividade e alienação. Nessa perspectiva, por exemplo, o receptor é considerado como dono de uma atividade cognitiva muito enfraquecida: “O receptor perde, especialmente, em imaginação, pois a imagem é uma realidade trabalhada – não necessariamente objetiva, mas concreta – que lhe é dada para consumo, sem maiores apelos ao intelecto” (Sodré, 1972, p. 59-60). Isso, certamente, demonstra a influência negativa do desenvolvimento da cultura de massa, sobretudo da televisão, sobre as propriedades cognitivas dos indivíduos e para a própria vida social.

Além do trabalho de Almeida (1971), outros livros abordaram a televisão no processo de massificação da sociedade brasileira durante os anos de ditadura militar. Em 1966, o jornalista Rui Martins publicou o livro *A rebelião romântica da Jovem Guarda*. Parte da pesquisa e das reflexões para sua tese de doutorado em sociologia na Sorbonne – que não chegou a ser finalizada –, o autor analisa a influência da televisão, sobretudo, na formação do gosto musical, dos padrões de comportamento e do desejo de imitação pelos espectadores dos “heróis da cultura de massa”. Martins analisa particularmente o fenômeno Roberto Carlos: sucesso na música, no cinema e na televisão.

Em 1971, José Marques de Melo abordou a televisão no conjunto das transformações estruturais da sociedade brasileira diante do fenômeno da urbanização e da massificação. O autor demonstrou em *Comunicação, opinião, desenvolvimento* como a classe dominante exerce controle político-econômico sobre a televisão e os demais meios de comunicação de massa para torná-los um sistema reprodutor da ideologia dominante. Em 1970, no livro *Comunicação social: teoria e pesquisa*, o professor dedicou um artigo para a análise da reprodução ideológica entre mulheres paulistanas das classes populares que eram assíduas telespectadoras de telenovelas. Trata-se de um trabalho pioneiro sobre a recepção feminina de telenovelas no Brasil. Para Marques de Melo (1971), o fascínio das massas que acompanham os capítulos das telenovelas se alimenta da produção de uma “falsa consciência” de que se está apenas passando o tempo, se tendo lazer e se divertindo. Na verdade, essa experiência produz um tipo de “catarse coletiva” que gera desmobilização social.

Publicado pela primeira vez em 1972, o ensaio de Muniz Sodré *A comunicação do grotesco: introdução à cultura de massa brasileira*, além de ser pioneiro no debate acadêmico sobre televisão, é responsável pela análise do grotesco na cultura de massa nacional. O autor dedica uma seção do ensaio para a análise de revistas brasileiras. Esse tratamento da televisão a partir de algo mais geral, como a formação da cultura de massa no Brasil, já estava se conformando como uma

tendência desde a publicação do trabalho de Mauro Lauria de Almeida (1971) na abordagem da televisão. No caso de Sodré, ele procura observar as diversas manifestações do grotesco nos meios de comunicação massivos:

O grotesco parece ser, até o momento, a categoria estética mais apropriada para a apreensão desse *ethos* escatológico da cultura de massa nacional. Realmente, o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à “normalidade” humana – encaixam-se na estrutura do grotesco (Sodré, 1972, p. 38).

Sodré concebe que o fenômeno diz respeito a uma aberração de estrutura ou de contexto. Na década de 1960 e no início da de 1970, para o autor, “(...) o *ethos* dos programas da tevê brasileira (...) identificava-se com o grotesco”, com o grotesco escatológico, pois abusavam da indistinção entre o cômico, o caricatural e o monstruoso (Sodré, 1972, p. 72). Enquanto o grotesco nas artes possibilita destronar o belo canônico em nome das caretas, nos programas de auditório, especialmente, ele aparece como puro mau gosto. Afirma o autor: “(...) o grotesco (em todos os seus significantes: o feio, o portador da aberração, o deformado, o marginal) é apresentado como signo do excepcional, como um fenômeno desligado da estrutura de nossa sociedade – é visto como o signo do *outro*”, do exótico e do sensacional (*op. cit.*, p. 73).

Uma contribuição importante de Muniz Sodré em *A comunicação do grotesco* é a busca de uma definição do objeto do campo da comunicação a partir da análise das engrenagens industriais da cultura de massa com as antigas formações estético culturais da consciência coletiva a novos mecanismos de produção orientada para o consumo. O autor acredita que a maior possibilidade de “participação psicoafetiva” do espectador se dá de modo mais intenso e anódino na cultura de massa do que em outros sistemas culturais (eruditos e populares), porque esta se dá em “milhares de fragmentos culturais” que bombardeiam o indivíduo (Sodré, 1972, p. 17-18). Seu objetivo é demonstrar as motivações políticas e mitológicas da cultura de massa brasileira presente nos seus apelos ao sensualismo e à vulgaridade. Mas, ainda que procure se distanciar da perspectiva frankfurtiana, afirma que as mídias impõem seu “(...) modo especialíssimo de ver o real” ao receptor (*op. cit.*, p. 61).

Enquanto nos estudos sociológicos os teóricos da Escola de Frankfurt são referência importante, nesse livro de Muniz Sodré aparecem autores que estudam a dimensão mitológica na reprodução ideológica dos meios de comunicação de massa (*Mitologias*, de Roland Barthes, 1972 e *Cultura de massa no século XX*, de Edgar Morin, 1967), que procuraram demonstrar como a comunicação era motor do desenvolvimento nacional (*Comunicação de massa e desenvolvimento*, de Wilbur Schramm, 1970) e que buscavam uma alternativa tanto ao pessimismo da teoria crítica, quanto ao otimismo do funcionalismo norte-americano (*Apocalípticos e integrados*, de Umberto Eco, 1972).

Outro trabalho pioneiro foi o do sociólogo Sergio Miceli. Também publicado em 1972, *A noite da madrinha*, analisa os programas de auditório e, em especial, aquele apresentado por Hebe Camargo. O autor move outro arsenal teórico. Associando a teoria crítica, da Escola de Frankfurt, à sociologia da cultura, de Pierre Bordieu, o autor procura demonstrar como, em uma campanha de “desalienação” e de “educação para o povo”, as classes dominantes tinham o objetivo de “(...) sujeitar os meios de comunicação de massa ao dispositivo a serviço da imposição do ‘arbitrário cultural dominante’, por uma estratégia de violência simbólica adequada às condições em que se desenvolve o processo de unificação do mercado material e simbólico” (Miceli, 1972, p. 148). Isso já demonstra uma importante diferença do trabalho de Sodré (1972):

Em resumo, devem-se salientar os seguintes pontos: a) o caráter heterogêneo dos bens simbólicos difundidos pelos meios de comunicação de massa, efeito do estágio atual de integração precária do mercado material e simbólico; b) tal caráter torna viável a existência de mensagens que respondem, em parte, às demandas simbólicas das classes dominadas, ao lado de mensagens que reproduzem, mais de perto, o *habitus* de classe “dominante” de acordo com a lógica da distinção e vulgarização que traduz o sistema de classes ao nível do consumo; c) a tendência no sentido de acelerar, ao menos na área dos “bolsões” vitalizados, o processo de unificação do mercado simbólico, de modo a submeter as mensagens reprodutoras do arbitrário cultural “dominado” aos critérios de avaliação da autoridade pedagógica dominante, cujo recurso central consiste em fazer ver aos agentes “dominados” sua indignidade cultural (Miceli, 1972, p. 217-218).

Enquanto Miceli (1972) analisa o processo de depreciação dos programas de auditório “populares” como parte de uma reclamação acerca do desvio que eles produzem em relação à ação pedagógica dominante, que busca instaurar um tipo de ordenação e decoro bastante rigorosos, contidos e cultos – “civilizados” –, Sodré (1972) toma a estética clássica – e burguesa – como padrão cultural básico, como verdade artística. Assim, tudo que está fora seria exótico, estranho e até mesmo grotesco. Em *A comunicação do grotesco*, vemos a afirmação de um novo imperativo estético que concorre com os padrões e se tornou uma nova – e “aberrante” – forma de as empresas de comunicação lucrarem. Já em *A noite da madrinha*, fica exposta a concorrência entre a classe dominante e a dominada na constituição do televisivo. De um lado, para manter a dominação cultural, simbólica e material, a classe dominante busca reprimir qualquer forma estranha – demasiadamente popular – de produção cultural, buscando impor seus códigos de conduta e gosto como universais. De outro, a classe dominada se regozija com os produtos da indústria cultural com os quais se identifica. Com isso, o autor reconhece alguma autenticidade nos programas de auditório, especialmente pelo fato de eles questionarem o estalão cultural burguês e estabelecerem confrontos entre o “gosto cultivado” e o “gosto popular”. O caso de Hebe Camargo é particularmente interessante para a análise

de Miceli, justamente porque o programa e a performance dela combinam códigos burgueses e populares de ação social.

Nas décadas de 1960 e 1970, era comum a adoção dessa perspectiva crítico-marxista na análise da televisão. Por um lado, estava em curso o próprio processo de industrialização da cultura brasileira nos anos 1970, com a modernização das empresas de comunicação (as emissoras de televisão e as agências de publicidade, sobretudo). Elas passaram a consolidar a dimensão mercadológica da ideologia de integração nacional dos militares em busca da formação de um mercado nacional de consumidores, tornado possível pelo estabelecimento da televisão em rede nacional. Nesse aspecto, o cabedal teórico marxista (frankfurtiano ou semiológico) poderia dar conta de demonstrar como se reproduzia a ideologia dominante por meio de produtos e segmentos da indústria cultural. Por outro lado, a adoção desse referencial teórico era uma forma de *resistência intelectual* ao regime autoritário. Ainda deve ser considerado o fato de que houve, ao longo dos anos 1970, a consolidação de um público intelectualizado de esquerda, formado principalmente por jovens universitários que estavam sendo formados em uma perspectiva marxista e tinham interesse nas formas de expressão e de pensamento engajados, em um viés crítico da sociedade capitalista e de suas múltiplas formas de exploração e dominação.

Os debates acadêmicos sobre a televisão se constituíam como espaços de crítica político-ideológica à ditadura militar e ao sistema capitalista. O trabalho de Anamaria Fadul (1976), por exemplo, demonstra como o rádio e a televisão são os principais meios de difusão da ideologia dominante e da decadência cultural regional em relação ao poder universalizante da imagem, sobretudo televisiva, na constituição de padrões de comportamento e de pensamento mais condizentes com o imperialismo cosmopolita da lógica do capital. Em outro trabalho, Fadul (1982) contribuiu para a abordagem crítica da televisão com a articulação da noção marxista de luta de classes com a de hegemonia de Antonio Gramsci para analisar como se dá no capitalismo monopolista brasileiro a constituição de divergência de interesses e de guerras de posição no interior da indústria cultural, sobretudo na televisão.

Tornou-se bastante corriqueira a publicação de livros que demonstram o quanto a televisão era um eficiente “agente alienador” (Marques de Melo, 1981a) ou um importante instrumento da defesa da “ideologia da classe dominante” em escala nacional (Vieira, 1979). Entre os livros considerados, um se diferenciou em sua modalidade de estudo (dos efeitos da comunicação massiva sobre a audiência). O trabalho, mesmo assim, repercutiu aquilo que vinha sendo a perspectiva geral da crítica à mídia na época: a reprodução e o controle ideológicos. Sarah Chucid da Viá, em *Televisão e consciência de classe* (1977), analisou o impacto

desse meio de comunicação de massa entre trabalhadores têxteis no reconhecimento de sua categoria profissional. A autora partiu do pressuposto – bastante próximo à teoria dos efeitos do funcionalismo norte-americano – de que, com o desenvolvimento dos veículos de massa, os indivíduos não se identificam e projetam mais pelo “ambiente” que os cerca, mas por normas, símbolos, mitos e imagens, produzidos, sobretudo, pela televisão.

Em *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*, Sodré (1977) parte de uma definição de comunicação como diálogo, como troca, como reciprocidade de discursos. Sendo assim, o autor criticou a televisão e os outros meios de informação (já que, nessa definição, não praticam comunicação) pelo fato de promoverem um monopólio da fala, inviabilizando a resposta. É evidente a influência do pensamento de Jean Baudrillard na obra de Muniz Sodré. Em *Requiem pour les media*, um dos capítulos que compõem *Pour une critique de l'économie politique du signe* (Baudrillard, 1972), o pensador francês afirma que a televisão é uma forma de controle social em domicílio, que impõe o isolamento das pessoas em face de uma palavra sem resposta. No entanto, diferentemente de Baudrillard, Sodré se preocupou em mostrar como o sistema de televisão está imbricado com outras instâncias sociais: o poder econômico dominante, as configurações culturais e as ações do Estado.

Nos anos 1980, a abordagem crítica da televisão passou a dialogar com outros referenciais teóricos. Embora a Escola de Frankfurt tenha continuado sendo uma referência fundamental, houve a apropriação da obra de dois importantes pensadores empenhados na renovação da crítica marxista, Antonio Gramsci e Pierre Bourdieu.² Nesse aspecto, outro trabalho das ciências sociais importante para o estudo da comunicação foi o de Renato Ortiz (1988). Em *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*, ele estudou a questão da indústria cultural no referencial teórico de Pierre Bourdieu (especialmente na teoria dos capitais e da economia dos bens simbólicos). Assim, acabou estudando a consolidação da indústria cultural no Brasil mais como uma lógica de organização

2. Por mais que Pierre Bourdieu tenha negado o marxismo por algumas vezes, é evidente a aproximação dele dessa perspectiva, especialmente na formulação de sua teoria dos campos sociais. Bourdieu buscou – com a ampliação da noção de capital, para além do econômico, chegando ao simbólico – dar novas bases para a reflexão crítica da sociedade. Ele contribuiu para a realização de uma “teoria da ideologia na prática” (Eagleton, 1997, p. 140-142). As contribuições de Antonio Gramsci, com o conceito de hegemonia, de Mikhail Bakhtin, com o de ideologia do cotidiano, de Raymond Williams, com o de estrutura de sentimento, e de Pierre Bourdieu, com conceitos como *habitus* e capital simbólico trouxeram a crítica ideológica para a terra, as práticas e as relações concretas e cotidianas, colocando o foco nas lutas entre indivíduos (não apenas entre Estados e instituições) com diferentes posições ideológicas, tomando-as como matrizes de interpretação enraizadas em grupos sociais concretos cujas diferenciações são expressões da própria organização social. Assim, da ideologia como arraigada unicamente ao cognitivismo (à questão da “falsa” consciência), eles partiram para o historicismo, reconhecendo que as disputas são travadas por desiguais, por diferentes, por dominantes e dominados, vencidos e vencedores, que não estão nunca em situação cômoda ou fixa, mas que – por conta dos conflitos – assumem posições móveis, relacionais e intercambiantes em um dado processo histórico específico. Dessa maneira, foi possível estudar as *microestruturas* da ideologia presentes em uma trajetória intelectual e, também, “religar” as ideias a uma formação ideológica: em outras palavras, uma formação discursiva que regula sentidos díspares em uma rede de significações concreta.

do mercado de bens culturais do que como um conjunto de procedimentos homogeneizantes da produção e do consumo. A televisão, seguindo a tendência da abordagem crítica, era considerada como parte fundamental da consolidação do mercado de bens simbólicos.

Uma pesquisa bastante próxima à de Ortiz (1988) é a de Ramos (1995). O autor analisa como a televisão, o cinema e a publicidade se articularam de forma engenhosa, sobretudo na década de 1980, para produzir novas formas audiovisuais e aumentar o consumo dos produtos da cultura de massa. É particularmente interessante a análise do sucesso de *Os Trapalhões* no cinema e na televisão.

Com essa mudança na perspectiva crítica, começou a ser considerada a dialética entre como a televisão é um meio de reprodução ideológica e como também pode contribuir para o processo de conscientização de grupos sociais. A análise de Inês ereira da Luz (1982) sobre a influência do programa *TV Mulher* em mulheres pobres e moradoras da periferia de Santo André permitiu tanto a reprodução da ideologia do consumo quanto o avanço de uma consciência crítica sobre a dupla opressão a que estavam submetidas – a condição feminina e a desigualdade socioeconômica.

Apesar disso, ainda havia estudos como os de Luiz Fernando Santoro (1980; 1981; 1982), que insistiam na concepção da televisão como um monolítico ideológico que impossibilitaria qualquer tipo de produção de conhecimento ou de conscientização. O objetivo da televisão era visto como plenamente comercial, impossibilitando a formação crítica e a prática educativa. A televisão como forte concorrente da escola no processo de formação de sujeitos foi bastante abordada em uma perspectiva crítica (Baccega, 2000; Fischer, 1984; Fusari, 1985; Pentead, 1983; Ramos, 1983; Rezende, 1998; Sampaio, 2000). Nesses trabalhos, a televisão seria a responsável pela sedução referente ao consumo massivo e pela perda do interesse dos jovens com os professores e com a escola. O entretenimento televisivo, com suas formas mais fáceis e lúdicas, tinha conquistado os jovens. Caberia à escola buscar um novo papel na sociedade marcada pela impregnação da cultura de massa: a formação de receptores críticos.

Em *A máquina de Narciso*, Sodré (1994) avança no estudo da televisão como uma engrenagem industrial produtora de realidades próprias e sentidos específicos para a experiência humana. O autor fundamenta a noção de *telerrealidade*, para designar a existência de uma outra e nova dimensão constitutiva da sociabilidade contemporânea, configurada por palavras, imagens e sons técnicos que possibilitam um modo de realidade desterritorializado, global, desmaterializado, sem a presença, em tempo real. Nesse processo, a televisão é central na produção de uma realidade virtual, sem a presença física e as relações sociais concretas. Essa discussão foi retomada por Sodré em *Televisão e psicanálise* (1987), livro no qual o autor explorou o modo como a televisão se instaura como uma máquina desejan- te.

A análise da produção televisiva como forma de reprodução ideológica passou a contar com uma análise mais ambivalente. Os programas de televisão foram entendidos no conjunto diversificado de sentidos e imaginários que eles propõem sobre a realidade; sejam eles dominantes, conservadores, progressistas, críticos, científicos, educacionais, religiosos, populares ou engajados (Andrade, 2000; Braga, 1986). A análise da televisão como reprodutora da ideologia dominante ainda é muito comum, mas tem havido um conjunto de estudos que prioriza a articulação entre a reflexão teórica sobre a indústria cultural e a pesquisa empírica do conteúdo e da estrutura televisivos (Maia, 2002). Entre os produtos da programação televisiva, a telenovela tem sido o objeto privilegiado da abordagem crítica para demonstrar o quanto esse segmento da indústria cultural produz alienação e espetacularização, além de difundir a ideologia dominante (Almeida, 1985; Kehl e Bucci, 2004; Costa, 2004; Figueiredo, 2003; Ramos, 1986; Ribeiro, 2005 e Van Tilburg, 1990).

3 A ABORDAGEM POLÍTICA

O fato de a televisão no Brasil ter se consolidado como o principal segmento da indústria cultural durante a ditadura militar conferiu ao seu estudo um caráter fortemente político. Isso se dava por pelo menos dois motivos. O primeiro deles era que os governos militares haviam entendido que a integração nacional seria realizada pelas telecomunicações. Nesse sentido, permitir que emissoras tivessem transmissão em rede nacional era primordial. Então, estudar a televisão era uma forma de criticar as políticas de comunicação e cultura do Estado autoritário. Outro motivo estava na análise do modo como a televisão constituía a cultura política em nível nacional ou local, seja pela mobilização, seja pela desmobilização em relação a determinados assuntos. Assim, começou a se firmar uma nova modalidade de estudos sobre os modos como a televisão se imbrica na vida política, no processo de decisão de voto, nas campanhas eleitorais, nos processos político-partidários, nas políticas públicas e nas práticas de conscientização e alienação sociais.

Um dos primeiros estudos da televisão em uma abordagem política é o de Antônio Costella (1970). Ao examinar os instrumentos jurídicos do Estado brasileiro entre 1964 e 1970 no que tange ao direito à informação, o autor analisou o cerceamento da liberdade de expressão no país e o controle exercido sobre os meios de comunicação de massa, especialmente no setor da telerradiodifusão.

A abordagem política do estudo da televisão começou a se consolidar com a publicação de pesquisas que procuravam demonstrar os efeitos da comunicação de massa em determinados grupos sociais. Entre esses estudos, não se pode deixar de considerar dois: o de Luiz Augusto Milanesi (1978) e de Carlos Eduardo Liz da Silva (1985). Em *O paraíso via Embratel*, Milanesi analisa como a chegada da televisão à pequena

cidade de Ibitinga transformou os hábitos interioranos, a relação entre as pessoas, as práticas políticas e os padrões de consumo de seus habitantes. O estudo problematizou a expansão da rede nacional de televisão no Brasil, observando que, com isso, haveria um aumento da reprodução do sistema ideológico, de valores e práticas socioculturais e dos grandes centros irradiadores da TV – especialmente do Rio de Janeiro, com a TV Globo. Já em *Muito além do Jardim Botânico*, Silva (1985) compara a recepção do Jornal Nacional em duas comunidades de trabalhadores, uma em Paecará (São Paulo), outra em Lagoa Seca (Paraíba).

Esses dois estudos, embora com diferentes perspectivas, não são uma ruptura total com os estudos do ciclo anterior. Embora sejam estudos de recepção, eles contam com uma matriz sociológica crítica, seja pelo ponto de vista das referências teóricas (predominantemente próxima ao marxismo), seja pelas opções metodológicas. Nos dois casos, a análise da recepção esteve associada com um estudo macrossociológico, observando a configuração e o impacto da constituição da rede nacional de televisão no Brasil. Enquanto Silva (1985) observava o impacto da televisão na conformação da cultura política de trabalhadores, Milanesi (1978) analisara que o processo de integração nacional do qual fazia parte a televisão era o de uma integração à sociedade do consumo.

Outras pesquisas procuram demonstrar o quanto a televisão garantia a manutenção dos governos militares. Em 1981, Helena Maria Bousquet Bomeny, em *Paraíso tropical: a ideologia do civismo na TVE do Maranhão*, analisou as mudanças no comportamento de alunos no Maranhão que assistiram às teleaulas de educação moral e cívica transmitidas pela TVE. Ela demonstra que a televisão foi um instrumento fundamental na difusão da ideologia de segurança nacional e dos valores conservadores da moral e dos bons costumes vigentes durante o regime militar. Nesse sentido, também foi bastante presente nos estudos da abordagem política da televisão a consideração dos modos como essa mídia matinha a estabilidade do regime militar com uma programação populista (Santoro, 1981), que tinha na telenovela a melhor forma de “ópio” para tornar o público cativo, garantindo a integração nacional (Almeida Filho *et al.*, 1976).

A análise das relações entre a televisão e a política em muitos casos assume o caráter de denúncia. Em *A história secreta da Rede Globo*, Daniel Herz (1987), partindo de uma densa pesquisa empírica, mostra as relações da emissora de Roberto Marinho com o regime militar, concentrando-se no caso da associação da empresa à Time-Life, feito considerado inconstitucional e que motivou a abertura de uma comissão parlamentar de inquérito (CPI). Leal Filho (1988) observa as articulações entre a televisão, o Estado e a cultura brasileira a partir da TV Cultura de São Paulo. A TV passa a ser considerada menos um aparelho de reprodução ideológica do que o instrumento da ação cultural.

Esses trabalhos são mais explicitamente críticos (até mesmo nos títulos) sobre a centralidade da televisão na vida política. Isso foi possível, porque, naquele momento, o país vivia o início do processo de transição para o regime democrático, que se dá com a ascensão do general Ernesto Geisel à Presidência da República, em 1974, quando – diante dos sinais de esgotamento do “milagre econômico” e da ditadura militar – o governo decide por em marcha o projeto de abertura “lenta, gradual e segura” (Mendonça e Fontes, 1996). Nessa transição controlada, embora ainda fosse intensa a utilização dos mecanismos de repressão e censura, havia a introdução de outros menos ostensivos – como a substituição do Ato Institucional nº 5 (AI-5), de dezembro de 1968, por um conjunto de medidas que ficaram conhecidas como “salvaguardas constitucionais”, de janeiro de 1979. A partir desse ano, se deu, por exemplo, o fim da censura prévia no rádio e na televisão e o restabelecimento da garantia do *habeas corpus* a crimes políticos.

No contexto de distensão política, os estudos da comunicação se tornaram mais abertamente politizados. Nesse sentido, vale destacar a obra *Anos 70*, ainda que não tenha sido desenvolvida por estudiosos do campo científico da comunicação. Publicado em 1979, em cinco volumes, o trabalho foi resultado de uma pesquisa desenvolvida por Adauto Novaes e buscava apresentar um panorama crítico sobre a produção cultural brasileira nas áreas de cinema, literatura, música, teatro e televisão. Merecem destaques os artigos de Maria Rita Kehl, Elizabeth Carvalho, Santuza Ribeiro e Isaura Botelho, que – no calor dos acontecimentos – abordam temas como a relação da televisão com o poder autoritário e com a política de integração nacional no contexto da ditadura militar (Novaes, 1979). Também cabe destacar o trabalho de Gabriel Priolli Neto (Priolli Neto, 1982) para a crítica do desenvolvimento da televisão pelo envolvimento dela com o Estado militar. A análise das relações entre o sistema de comunicação de massa, a ideologia de segurança nacional e as políticas de telecomunicações do Estado autoritário foi tema de diversos trabalhos (Caparelli, 1980; 1982).

No Brasil, a discussão sobre a relação entre televisão e política, sobretudo a partir da instauração da redemocratização, se concentrou não apenas na análise das campanhas e dos eleitores (Albuquerque, 1999; Fausto Neto, Véron e Rubim, 2003; Sodré, 2006), mas também nos modos de enquadramento (Porto, 2007) ou de desmobilização política pela televisão (Weber, 2000). Também são muitos presentes estudos sobre a influência da televisão nas decisões políticas e judiciais (Fausto Neto, 1995; Mendonça, 2002).

4 A ABORDAGEM ECONOMICISTA

A economia política da comunicação foca nos estudos das estruturas de produção midiática e da atuação das indústrias midiáticas no contexto do capitalismo. Também conta com interesse pela análise das relações entre Estado, mercado

e indústrias midiáticas, dos fluxos informacionais, dos modos de gestão e das políticas institucionais das empresas de comunicação. No Brasil, a televisão tem sido privilegiada nesse tipo de análise. Um dos trabalhos pioneiros nessa área foi o de Almeida Filho *et al.* (1976). Em *O ópio do povo: o sonho e a realidade*, além da abordagem crítica sobre o modo como as telenovelas são responsáveis por manter o público cativo à ideologia dominante da integração nacional no contexto do regime militar, o autor estudou a dependência da Rede Globo do capital estrangeiro, especialmente no caso do envolvimento com a Time-Life.

A partir dos dados do levantamento da Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) sobre a estrutura das redes nacionais de TV em 1978, José Marques de Melo escreveu dois livros: *O complexo brasileiro de televisão* (1979), em que analisa os dados gerais da pesquisa, e *Escapismo e dependência na programação da TV brasileira* (1981b), quando se detém a demonstrar a dependência da programação televisiva brasileira em relação à estrangeira, sobretudo à norte-americana. Esta também foi o ponto de partida de Sergio Caparelli em *Televisão e capitalismo no Brasil* (1982). A penetração do capital estrangeiro na mídia nacional foi possível com o grande desenvolvimento alcançado por esse setor nos países hegemônicos – como os Estados Unidos –, originando excedentes econômicos que exigiam novos mercados para sua aplicação. Como argumenta Caparelli (1982), no Brasil, a televisão foi uma iniciativa privada que teve, desde o seu surgimento, uma forte tendência ao oligopólio, iniciada pelos Diários Associados e consolidada pelas Organizações Globo. Desse período até o golpe militar, em 1964, temos uma forte predominância do capital nacional no sistema televisivo. A partir de então, observa-se a entrada de investimentos estrangeiros na indústria da informação, mostrando que a internacionalização do mercado brasileiro também marca a norte-americanização da indústria cultural, especialmente no setor de televisão. Também há uma integração do mercado consumidor brasileiro, tendo como área de dependência o eixo Rio-São Paulo.

A contribuição de Caparelli para a abordagem economicista da televisão é enorme. Seus livros permitiram o aprofundamento da discussão sobre temas como a reestruturação do capitalismo e sua inserção no sistema mundial – promovidas pelo regime militar –, o papel estratégico das comunicações na constituição de um conceito de nação e a necessidade de integração dos mercados. Estudos como *Comunicação de massa sem massa* (1980) e *Televisão e capitalismo no Brasil* (1982) tornaram o autor uma referência fundamental no que concerne à economia política da comunicação no Brasil.

Esses trabalhos junto a outros formaram a principal agenda de investigação da área: a dependência do capital estrangeiro (Ávila, 1982); o sistema comercial da televisão brasileira; sua dinâmica mercadológica e a luta competitiva entre as emissoras,

sobre o mercado de exportação de telenovelas brasileiras (Marques de Melo, 1988); o ambiente regulatório da televisão no Brasil (Jambeiro, 2001); e o redesenho do sistema de comunicação brasileiro com o impacto da convergência tecnológica, da transmissão a cabo e da digitalização (Bolaño e Brittos, 2007; Camparelli e Lima, 2004; Hoineff, 1996).

5 A ABORDAGEM LINGÜÍSTICA

Essa abordagem é bastante diversa em suas perspectivas sobre os processos de produção de sentidos. Seja do ponto de vista da semântica, da semiótica, da narratologia, da retórica, da semiologia ou da análise de discursos, nesse enfoque, a análise da televisão se apoia no estudo: da formulação e constituição de enunciados; da especificidade do funcionamento da televisão para a produção social de sentidos; do envolvimento da linguagem verbal e de outras linguagens; dos mecanismos de tematização, figurativização e modalização; dos modos de organização, argumentação e persuasão dos enunciados televisivos; e dos gêneros do discurso e suas interações com os públicos.

A primeira análise linguística da televisão brasileira que se tem notícia no Brasil é a de Mônica Rector (1973). Em *A mensagem da telenovela*, a autora analisa as telenovelas *Selva de Pedra* e *Cavalo de Aço* a partir da semântica estrutural para identificar as redundâncias na narrativa, na cenografia e na caracterização dos personagens. A telenovela ocupou os primeiros estudos da televisão dessa abordagem (Van Tilburg, 1981; 1990).

Signagem da televisão (1984) é um exemplo importante de abordagem linguística da televisão. Em seus trabalhos, Décio Pignatari entende a comunicação, especialmente a fotografia e o cinema, como *arte*. Ignorando a dimensão da produção capitalista das formas artísticas, esses livros concentram sua abordagem na análise imanente de signos, bastante cara não somente à semiótica pierciana, mas também à análise fílmica de matriz formal-estruturalista.

A tradição semiótica, sobretudo peirciana, vem sendo muito utilizada para a análise da televisão. Nesse aspecto, os trabalhos de Anna Maria Balogh (2002), Elizabeth Bastos Duarte (2004) e Yvana Fachine (2008) merecem destaque. Balogh, em *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*, a partir de uma semiótica da narrativa, desvenda o processo de apropriação de outras linguagens, gêneros e textos pela televisão para poder narrar histórias. Duarte, no livro *Televisão: ensaios metodológicos*, analisa gêneros, formatos e programas levando em consideração o tom dos enunciados dos produtos, os efeitos visuais e sonoros, a iluminação, o enquadramento, a velocidade de corte dos planos etc. Já Fachine, em *Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta*, estuda a simulação da temporalidade vivida com a representada pela presença televisiva nos momentos de

transmissão ao vivo. Ao analisar a interação que se dá na e pela duração compartilhada durante a transmissão direta, Fechine (2008) permite entender o processo de semiotização da presença pela televisão, que instaura um regime de significação diferenciado da face a face, como um conjunto de novos rituais proporcionados pelos acontecimentos midiáticos. A capacidade de o discurso ficcional reconstruir o cotidiano foi considerada por Maria Lourdes Motter (2003), em uma perspectiva inspirada por Mikhail Bakhtin.

O estudo da televisão sob o ponto de vista da análise de discursos tem nos trabalhos de Antonio Fausto Neto (1995), Kleber Mendonça (2002), Beatriz Becker (2004) e Manuel Sena Dutra (2005) referências importantes. As teorias da linguagem têm sido mais utilizadas para a análise da linguagem verbal, sobretudo daquela que se manifesta em texto escrito. Sendo assim, a enunciação audiovisual (as especificidades dessa forma de enunciar) é pouco trabalhada. Há uma maior fixação na transformação do audiovisual em texto, para, assim, proceder à análise. São poucos os trabalhos que conseguem dar conta das articulações das marcas da enunciação audiovisual (cortes, planos, enquadramentos e angulações) com os processos situacionais, institucionais e socioculturais mais amplos, como presente na constituição da teoria social dos discursos. Aqueles são alguns deles.

A análise das formas de argumentação, persuasão e sedução dos discursos televisivos remonta à tradição retórica de estudo da linguagem e é presente na abordagem linguística da televisão em trabalhos como o de Maria Thereza Fraga Rocco (1988). Muito mais comum é a publicação de livros sobre a adaptação televisiva de textos literários, como o de Lucrécia D'Aléssio Ferrara (1981), o de Sandra Reimão (2004) e o de Anna Maria Balogh (1996).

O estudo dos gêneros televisivos é considerado pela abordagem linguística, especialmente na classificação e na diferenciação não apenas dos elementos verbais, visuais e sonoros, mas também; institucionais, que compõem a programação televisiva (Duarte, 2004; Souza, 2004). A telenovela também é objeto bastante marcante da abordagem linguística, contribuindo especialmente para a caracterização de seus componentes narrativos (Calza, 1996; Campedelli, 1985).

6 A ABORDAGEM CULTURALISTA

Nos anos 1980, consolidou-se no Brasil esta abordagem, que, diferentemente da crítica, não entende o receptor como mero consumidor passivo e alienado de produtos e ideologias midiáticos. Em contraposição à perspectiva economicista – que prioriza a análise da determinação da infraestrutura social no processo de produção televisiva, bem como nas dinâmicas institucionais e das disputas mercadológicas –, a culturalista envolve o entendimento da comunicação como um processo

simbólico por meio do qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada. Este ponto de vista da comunicação argumenta que todos somos produtores de cultura, tanto quanto os consumidores. A realidade é entendida como uma complexidade difusa, que conta com símbolos e sistemas de classificação para estabelecer ordens, práticas e formas de conduta específicas em cada grupo social. Não é à toa, portanto, que o estudo da recepção ganhou extrema importância nesta abordagem da televisão. No Brasil, há duas fortes tendências: uma é a antropológica e a outra é a dos estudos culturais. No primeiro caso, em geral, os pesquisadores são do campo das ciências sociais e contam com a etnografia como metodologia preferencial para o estudo do consumo televisivo. Há, ainda, como se verá, trabalhos que não são etnográficos, mas se valem do referencial teórico da antropologia para construir seus problemas e objetos de pesquisa. Já os trabalhos vinculados aos estudos culturais no Brasil têm enfatizado especialmente a análise das mediações envolvidas no processo de produção, circulação e recepção televisivo.

Entre os trabalhos etnográficos, não se pode deixar de mencionar o livro *A leitura social da novela das oito*, de Ondina Fachel Leal (1986), com sua pioneira etnografia da audiência, que é mais um exemplo da nova perspectiva intelectual que ia se delineando. Nesse livro, além de Pierre Bourdieu e Antonio Gramsci, foram considerados os trabalhos de Richard Hoggart, Douglas Kellner, John Fiske e John Hartkey, importantes nomes dos estudos culturais. Trata-se de uma etnografia da audiência que visa situar as narrativas da novela *Sol de Verão* na vivência do cotidiano de dois grupos de dez famílias cada, sendo um identificado como classe dominante e o outro como classe popular. A antropóloga demonstra o quanto o posicionamento de classe faz com que as famílias reelaborem as narrativas ficcionais da TV. Para além de observar as continuidades de classe, Leal (1986) observa modos mais específicos (o cotidiano do consumo, a estrutura e a dinâmica familiares e as vivências) e mais gerais (valores morais, leis, regras e preconceitos) de continuidade e ruptura das práticas de consumo televisivo.

Entre os trabalhos antropológicos pioneiros no estudo da recepção televisiva, não se pode desconsiderar a etnografia de Rosana Prado (1998). No artigo *Televisão, poderosa, mas nem tanto: cidade pequena, mulher e televisão*, síntese de sua dissertação de mestrado *Mulher de novela e mulher de verdade: estudo sobre cidade pequena, mulher e telenovela*, de 1987, a antropóloga apresenta os resultados da pesquisa realizada por ela em Cunha, cidade do interior de São Paulo, quando ela observou o impacto da assistência de Roque Santeiro e Selva de Pedra no comportamento das mulheres da região, verificando em que medida, mudando a telenovela e os personagens, mudaria – ou não – o discurso das telespectadoras sobre a condição feminina e a vida local.

A tradução de *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (1997), de Jesús Martín-Barbero, que tem como objetivo deslocar o tradicional objeto do estudo da comunicação (os “meios”) em prol da análise da comunicação em processo, do movimento social na comunicação, das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, dos lugares que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural dos produtos, das diferentes temporalidades, bem como para a pluralidade de matrizes culturais que conformam a produção, a circulação e a apropriação de bens simbólicos (Martín-Barbero, 1997, p. 280). Por mais que Martín-Barbero (1999) tenha sido enfático no caráter processual da comunicação, suas ideias sobre as mediações repercutiram mais nos estudos da recepção. É o caso exemplar de *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade* (2002), de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Sílvia Borelli e Vera da Rocha Resende, no qual as autoras combinam a teoria das mediações de Martín-Barbero (1997) como modelo das múltiplas mediações de Guillermo Orozco Gómez (1996): cognitiva, situacional, estrutural, videotecnológica e cultural. Desse modo, elas não entendem a recepção como uma etapa do processo comunicacional, mas como um processo dinâmico de produção de sentidos. Também para investigar os processos e as práticas de recepção da telenovela e verificar como ocorrem as mediações entre quatro famílias de classes sociais distintas, Lopes coordenou este trabalho multidisciplinar.

O livro *TV, família e identidade* (2006), coordenado por Nilda Jacks e Sérgio Capparelli, também é resultado de uma pesquisa etnográfica que permitiu aos autores descrever a produção de identidades a partir de um cuidadoso estudo de recepção televisiva, que considerou uma interconexão entre a economia política e os estudos culturais para analisar os processos de configuração da televisão em Porto Alegre, em articulação com as formas de identificação familiar. O trabalho se concentra especialmente na expansão da televisão a cabo e no impacto da segmentação no consumo televisivo.

Esse é o mesmo ponto de partida de Valério Cruz Brittos (2001) em um estudo sobre o impacto da televisão a cabo na construção e na reconstrução das identidades locais. O livro *Recepção e TV a cabo: a força da cultura local* (Brittos, 2001) parte da premissa de que, se a comunicação televisiva a cabo é global, sobretudo norte-americana, a sua recepção é local. Então, o pesquisador estudou o modo como gaúchos de Porto Alegre se reapropriam dos produtos dessa modalidade de transmissão televisiva.

A etnografia da audiência televisiva também foi estudo de Heloísa Buarque de Almeida (2003). A antropóloga analisou as relações entre a telenovela e a formação de hábitos de consumo, em suas interfaces com as construções de gênero, a partir da observação participante da recepção da telenovela *O Rei do Gado* por

parte de famílias de camadas médias e populares da cidade de Montes Claros, interior de Minas Gerais. A etnografia relata como, na interação com a telenovela, os espectadores transformam-se em consumidores, familiarizando-se com as concepções e os valores utilizados nos anúncios publicitários, bem com os bens, os serviços e os estilos de vida por eles promovidos. As telenovelas, dessa forma, são espaços de preparação dos espectadores para a sociedade de consumo. A pesquisa contou, ainda, com entrevistas com publicitárias paulistas, com o estudo do mercado publicitário brasileiro e com a análise de revistas de publicidade e *marketing*, para estabelecer as conexões entre publicidade e telenovela em um processo de educação sentimental para o consumo.

Isabel Travancas, em *Juventude e televisão* (2007), propõe um estudo etnográfico da recepção do Jornal Nacional a partir de um grupo de dezesseis jovens universitários cariocas de diferentes classes sociais, estilos de vida, bairros de moradia, carreiras e religiões. Cinco são alunos de serviço social; cinco, de comunicação social; três, de pedagogia; e três, de medicina. Cinco da Zona Sul, dois da Tijuca, cinco da Zona Norte, um da Barra, dois da Cidade de Deus e dois de fora do Rio de Janeiro, residentes no alojamento estudantil da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Os entrevistados foram selecionados de uma amostra muito maior. A pesquisadora colheu 264 questionários respondidos por outros estudantes de universidades públicas e particulares. Ao longo do trabalho, ela faz uma análise estatística minuciosa dos dados obtidos. A maioria dos jovens tem entre 20 e 22 anos, com a exceção de dois que têm mais de 30 anos, mas que foram incluídos “porque se mostraram interessados em participar e disponíveis para a recepção” e, além disso, “seus depoimentos apresentaram aspectos interessantes para analisar a questão do estudante universitário” (Travancas, 2007, p. 75). Como ela afirma, a situação de universitário tem uma transitoriedade própria da juventude.

Travancas (2007, p. 67) recupera o trabalho da antropóloga Yvonne Maggie Alves (1981), que trata a televisão como um “relógio social” que organiza as rotinas, destaca os rituais e enfatiza os papéis da vida familiar. Isso abre o caminho para a discussão das estratégias que permitem que a televisão se naturalize como um sistema de controle, delineando as mais diferentes experiências cotidianas (a entrada na universidade, a escolha do curso, o consumo cultural e o posicionamento político), indicando os comportamentos aceitáveis para os indivíduos nesses diferentes momentos e sugerindo o que deve ser lembrando e esquecido. A autora reforça a ideia de sugestão, porque ela acredita que os meios de comunicação de massa não têm o poder de impor valores, condutas e normas sem negociar, e acredita também que os sujeitos são capazes de fazer escolhas individualmente.

Bruno Campanella (2012), colocando em diálogo a teoria antropológica e os estudos culturais, realizou uma etnografia digital da audiência de Big Brother Brasil em *blogs* e fóruns de discussão variados. Ele demonstra como nas conversas

concepções sobre o programa e os participantes – bem como valores sociais da cultura brasileira – são colocadas em disputa, hierarquizando, classificando e diferenciando os telespectadores envolvidos.

Mas não são apenas os estudos da recepção televisiva que consideram a abordagem cultural. O livro de Maria Isabel Orofino, *Mediações na produção de TV: um estudo sobre O Auto da Compadecida* (2006), aplica a teoria das mediações desenvolvida por Jesús Martín-Barbero (1997) ao estudo de um produto teleficcional, investigando toda a lógica da construção da minissérie da TV Globo, cujas relações de produção (produtores, roteiristas, atores, diretores, figurinistas e outros profissionais envolvidos) têm significativa relação com o material levado ao ar para a audiência. Assim, a autora não limita a teoria das mediações pelas relações de consumo, mas entra também nas rotinas de produção e da conduta estratégia para constituir o texto que poderia ser amplamente consumido pelo público. Sob a perspectiva teórica da sociologia dos campos de Pierre Bourdieu, Maria Carmem Jacob de Souza Romano (2003) também considera o estudo da produção. Ela se apropria da noção de campo da telenovela, cunhada pelos sociólogos Renato Ortiz e José Mário Ramos (1989), para analisar as estratégias utilizadas por escritores e diretores de telenovela na busca por negociar numa estrutura comercial oportunidades de realizar produtos mais criativos e autorais, tomando o caso da telenovela *O Rei do Gado*, de Benedito Rui Barbosa. Ela ainda faz um estudo da representação do popular nessa telenovela, a partir dos agentes envolvidos na produção desta obra, considerando: o dinamismo do campo; a sua estrutura; as pressões que sofre da emissora, de outras instâncias do mercado televisivo e de outros campos – sobretudo o econômico e o político; as negociações e as disputas entre os produtores e os empresários; e as múltiplas formas de reconhecimento dos agentes pela crítica e pelo público.

Outra abordagem cultural sobre a televisão foi aquela realizada por Carlos Alberto Messeder Pereira e Ricardo Miranda para o livro *Televisão, as imagens e os sons: no ar, o Brasil* (Pereira e Miranda, 1983), no qual discutem as formas de representação do nacional e do popular na televisão. Enquanto os autores da abordagem crítica e da economicista estavam preocupados em entender a televisão como nova mídia tecno-mercantil, reprodutora da ideologia dominante e aparelho de manutenção da ordem social, Pereira e Miranda (1993) estavam interessados em analisar a televisão como espaço simbólico da constituição de imagens da nação. Além deste, consolidaram-se outros estudos das representações culturais, como o da identidade nacional em *Imagens do Brasil na televisão fechada*, de Lavina Madeira Ribeiro (2010); *Eu vi um Brasil na TV: televisão e cultura em perspectivas antropológicas*, de Nara Maria Emanuelli Magalhães (2008); e *O Brasil antenado: a sociedade da novela*, de Esther Hamburger (2005).

Ainda em uma perspectiva culturalista, vale mencionar o livro *Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT*, de Maria Celeste Mira (1995). O livro – fortemente baseado em um referencial bakhtiniano – busca entender o duradouro sucesso de Silvio Santos e de seu programa de auditório pelas formas seculares da cultura cômico-popular mobilizadas pelo apresentador. A antropóloga acredita que o melhor conceito de grotesco é aquele elaborado por Bakhtin (2008), uma vez que a crítica forjada por Wolfgang Kayser e que inspirou Sodré (1972) – além de se deter muito mais àquelas formas existentes nos movimentos romântico e modernista, esquecendo-se de considerar todo o período antigo e medieval, quando tais expressões tinham um sentido positivo e alegre – impossibilita perceber a natureza dialógica do fenômeno: os encontros e os desencontros, enfim, os conflitos entre o “alto” e o “baixo”. Diferente das posições de Sodré (1972) em *A comunicação do grotesco*, Mira afirma que o “grotesco popular” é sempre ambivalente:

O grotesco popular é sempre ambivalente. Configura-se nos espetáculos de praça pública, nas festas, cuja manifestação suprema é o Carnaval, mas também nos textos, orais ou escritos, sempre como paródia da seriedade da cultura oficial. O grotesco é cômico. Por meio dele, ri-se do mundo e de si mesmo. (...) O mundo da cultura oficial é “espiritual”, “elevado” e “sério”. O espetáculo grotesco produz sua inversão: “o mundo de cabeça para baixo” (Mira, 1995, p. 135).

Sodré – em comemoração às três décadas de seu famoso ensaio, agora, junto com Raquel Paiva –, ampliou e atualizou a discussão de outrora (Paiva e Sodré, 2002). Reconhecendo o trabalho de Bakhtin como fundamental, os autores acreditam que o avanço da obra do teórico russo em relação ao conservadorismo do alemão está presente em duas concepções básicas do fenômeno: o questionamento da “supremacia da cultura oficial” e a valorização da cultura popular como um rompimento com a tradição. Nesse sentido, o grotesco aparece como uma categoria que agrupa formas inquietantes, surpreendentes e risonhas, diferenciando-se do que é criado pelo idealismo moral – “civilizado” e “moderno” –, tanto pelo apelo ao rebaixamento das libidos (na definição de Bakhtin (2008, p. 17), trata-se da “transferência ao plano material e corporal, o da terra e do corpo na sua indissolúvel unidade, de tudo que é elevado, espiritual, ideal e abstrato”), quanto pela exposição do mal-estar do corpo na linguagem. O grotesco é tomado, então, como um conflito com a ordem, com o “alto”, que não existe sem o “baixo”. Ambos só existem dialogicamente. É, ao mesmo tempo, negação e afirmação.

No capítulo em relação à televisão brasileira, os autores argumentam que os programas de auditório recriam a espontaneidade das festas, das feiras e dos espetáculos públicos. Com isso, é promovido um movimento ambíguo, uma vez que existe uma tensão dessas formas subalternas com as formas hegemônicas de representação da vida e também está evidente uma manipulação do repertório popular, que passa a ser colocado a serviço da competição

mercadológica (comercial e de audiência). O popular é produzido artificialmente como “popularesco”. Por sua vez, Mira (1995, p. 144) também faz uma distinção entre “programas de auditório” e “programas popularescos”. Enquanto o primeiro grupo busca resgatar o sentido cotidiano e alegre da festa, o outro é marcado pela mistura entre realidade e ficção, drama e comédia, cura e diversão, sendo também conhecidos como programas do “mundo cão”, em que são exploradas as misérias e as credices alheias. Não se pode negar, porém, momentos de simbiose entre os grupos.

Nos anos 1960 e 1970, a convivência dos programas que constituíam o grotesco televisivo com o Estado autoritário não foi pacífica. Incomodado, pressionou por mudanças em relação à qualidade de conteúdo e de forma. A partir do início da década de 1970, quando a transmissão já era em rede nacional, intensificou-se o investimento em produções mais modernas. Em síntese, o argumento: à medida que a televisão se tornou central para a difusão da ideologia nacional do Estado militar, aumentou seu caráter industrial (sua lógica empresarial), foram expulsas imagens consideradas inadequadas ao “país do futuro” e se buscaram novos modos de representação e novos profissionais; notadamente, os artistas de esquerda (Sacramento, 2011).

Entre os anos 1990 e 2000, com a intensificação de programas de cunho popular na televisão – como Programa do Ratinho e Aqui Agora, ambos do SBT; Cidade Alerta, da Record e Magdalena, Manchete Verdade, da Manchete; Tempo Quente, da Bandeirantes; e CNT Urgente, da CNT –, houve um forte interesse pela análise do grotesco na televisão. Em geral, os trabalhos dialogam com as definições de grotesco que foram propostas por Mikhail Bakhtin (2008), em *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*, e por Muniz Sodré (1972), em *A comunicação no grotesco* (Guimarães, 2002).

O estudo da presença do popular na televisão ocupou muitos pesquisadores no campo da comunicação nesse período (França, 2006). Ao comentar a passagem do *populismo* (do uso da televisão como forma de representar o popular) para o *neopopulismo* (do estabelecimento de meios para uma “tomada” pelos populares dos programas pelas simulações de interatividade), João Freire Filho (2007, p. 79) exemplifica, a partir da trajetória profissional do apresentador Ratinho – dos polêmicos 190 Urgente (CNT/Gazeta, 1996), Ratinho Livre (Rede Record, 1997) e Programa do Ratinho (SBT, 1998-2006) ao “bem-comportado e ‘interativo’ Você é o Jurado (SBT, 2007) –, uma aposta em uma simulação de empoderamento do telespectador na participação e na tomada de decisão em programas que, entusiasmados com a descoberta do “admirável mundo novo da TV digital”, ampliam seus “canais de comunicação” e apostam na interação do público com os apresentadores e até com outros participantes em detrimento de

se valerem unicamente de estratégias estéticas de representação do popular para provocar uma identificação imediata com o “povo”. Para os pretensos analistas desse novo formato, o autor faz uma provocação:

Ao que tudo indica, o até então eficiente quadro de referência focada na “comunicação do grotesco” não é mais capaz de elucidar plenamente as novas formas de incorporação e (des)articulação do popular na TV. Infelizmente, tais mudanças significativas nas estratégias de programação tendem a ser desconsideradas pelos recentes debates públicos acerca da “qualidade” da televisão brasileira – centralizados, com tediosa regularidade, na elusiva questão do bom gosto (com o “padrão global de qualidade” servindo tacitamente como paradigma do desejável, ou pelo menos aceitável, em termos de moralidade e estética) (Freire Filho, 2007, p. 79-80).

A análise dos gêneros televisivos, geralmente, se concentra nos programas. Mas isso não pode significar uma ausência da discussão histórico-cultural, bem como da reflexão sobre as dinâmicas dos formatos na incorporação de gêneros. Essa área de estudos tem sido caracterizada por duas vertentes teórico-metodológicas concorrentes. A primeira, dentro de uma matriz sintático-estruturalista, se caracteriza por estabelecer critérios classificatórios que determinam os elementos que permitem que cada programa faça parte de determinado gênero televisivo (Duarte, 2004; Souza, 2004). Já a segunda abordagem, tributária de uma matriz estético-cultural, considera o gênero televisivo como uma “estratégia de comunicabilidade” que depende do reconhecimento social da competência narrativa na construção de uma arquitetura enunciativa para ser legitimado (Borelli, 1994; Costa, 2000b; Machado, 2000; Gomes, 2002; 2011).

As relações da televisão com as reconfigurações da experiência com o espaço urbano a partir da fama é um objeto explorado dentro do conjunto das reflexões sobre a midiatisação da sociedade (Paiva e Sodré, 2004). O interesse pelas celebridades também está articulado a análises sobre o *boom* da memória na cultura contemporânea (Herschmann e Pereira, 2003).

7 A ABORDAGEM HISTÓRICA

A consideração da narração histórica pelos estudos de televisão no Brasil remonta às suas origens. São, particularmente, duas formas privilegiadas. Uma modalidade de análise muito comum é a da retrospectiva ou do “capítulo histórico”. É corriqueiro nos trabalhos haver uma parte ou um capítulo no qual se produz uma narrativa que vai dos primórdios da televisão, ou do formato ou do programa particularmente considerado, até o momento que se quer efetivamente estudar. Na maior parte das retrospectivas, outra característica também pode ser observada. Existe, nelas, uma tendência que poderíamos chamar de *causal-evolucionista*. O processo histórico é considerado como cumulativo, que vem do passado e se inscreve no presente como no fluxo de uma evolução, na qual um fato causa e gera outro subsequente.

Dessa forma, em larga medida, os estudos acabam reproduzindo uma concepção historiográfica tradicional, de inspiração positivista: descritiva, *acontecimental*, unilinear e baseada na análise das leis que governam as ações individuais.

A outra modalidade de análise histórica presente nos estudos de telejornalismo é aquela que tem como objeto determinados programas ou processos sociotelevisivos envolvendo o jornalismo em uma perspectiva preferencialmente diacrônica, histórica propriamente dita. Essa abordagem, obviamente, se diferencia daquelas utilizadas nos trabalhos que produzem meras retrospectivas, nos quais a metodologia histórica é acessória na realização do objetivo principal. As análises aqui ganham mais densidade e extensividade. Também se podem observar muitas das características já apontadas: certa naturalização da história, adoção de perspectiva causal-evolucionista e pouco tensionamento entre continuidade e ruptura.

Para este texto, foram consideradas apenas os trabalhos que têm a narração histórica – a ação dos homens em um tempo – como o objeto privilegiado da investigação. É evidente que a perspectiva histórica vem sendo considerada em outras abordagens. Mas, afinal, o que diferencia as histórias contadas em outras abordagens e as contadas na propriamente histórica? Nesse momento, insisto que se trata do objetivo de “fazer história”, de historicizar as práticas, as representações, os processos e as relações sociais que envolvem a televisão, analisando-lhes as condições de existência.

Nos livros que tomam como objetivo central a narração histórica, observam-se as três tendências a seguir descritas.

- 1) A das *histórias gerais* – seja de um gênero específico, seja de uma emissora, seja propriamente da televisão como um todo –, tendo como período a própria existência do objeto estudado.
- 2) A das *histórias particulares*, que abordam um determinado conjunto de processos, problemas, fenômenos e programas, em rede nacional ou em transmissão local.
- 3) A das relações entre *televisão e história*, focando nos modos de representação do passado pela televisão e em como determinados programas pode ser instrumentos didáticos importantes.

No primeiro caso, temos o trabalho coletivo, coordenado por Adauto Novaes, *Anos 70: televisão* (1979). O livro faz parte da coleção *Anos 70: ainda sob a tempestade*, que aborda as configurações das artes e da indústria cultural (cinema, televisão, literatura e teatro) durante a década que foi o auge e que já contou os sinais da decadência do regime militar. No livro sobre televisão, Isaura Botelho, Maria Rita Kehl, Santuza Naves Ribeiro e Elizabeth Carvalho se revezam na escritura de textos sobre o impacto da programação em rede nacional na cultura e na política nacionais daquele período.

Em 1984, foi publicado *História da comunicação: rádio e televisão no Brasil*, de Maria Elvira Frederico Bonavita (1984). O livro, bastante próximo da abordagem economicista, trata a televisão por um viés institucional, reforçando a tendência de reflexão sobre a mídia eletrônica. Esse aspecto também é semelhante no livro de Mario Ferraz Sampaio, *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*, publicado no mesmo ano (1984).

Os estudos históricos sobre a televisão brasileira, desde os anos 1970, privilegiaram a dimensão *político-econômica* da televisão, trazendo para o prosclênio dos acontecimentos as políticas e estruturas institucionais, o Estado, a legislação, os marcos regulatórios e as configurações e pressões do mercado televisivo. Nessa abordagem, os programas eram, em geral, analisados como uma instância reprodutora do sistema social dominante (Costa, Simões e Kehl, 1986; Brittos e Bolaño, 2005; Jambeiro, 2001; Priolli Neto, 1985).

A partir dos anos 1990, iniciou-se uma virada na historiografia da televisão. Muitos trabalhos passaram a enfatizar a dimensão *estético-cultural*. Com isso, a história da televisão foi sendo escrita tanto do ponto de vista das formas, das representações e das linguagens desenvolvidas, quanto do dos trabalhos de apropriação e ressignificação dos sentidos por parte dos consumidores. Naquela perspectiva, os programas foram praticamente ignorados como discursos a serem analisados nas suas múltiplas condições de produção, circulação e reconhecimento de sentidos e práticas sociais, já que eram reprodutores da infraestrutura social e da ideologia dominante. Com essa *virada cultural*, houve uma valorização dos processos de produção e de recepção dos produtos televisivos em determinadas situações do cotidiano sociocultural.

Essa virada, no entanto, possibilitou o avanço de um conjunto de novas pesquisas e reflexões teórico-metodológicas sobre a história da televisão e acabou adensando um tipo de estudo fragmentado. Antes, a televisão era frequentemente mais estudada como um *sistema* – ou seja, como parte do sistema capitalista brasileiro. Isso permitia uma análise com pretensões mais totalizantes, mas que, ao buscar observar as relações da televisão com a economia e com a política nacionais e internacionais, acabava simplificando ou ignorando a análise dos programas do ponto de vista da produção ou da recepção. Enquanto passou a se intensificar, a partir dos anos 1990, uma busca pela análise estético-cultural da televisão – bastante inspirada nos estudos culturais e nas teorias da linguagem e da estética –, também se deu uma maior fixação em programas, formatos ou áreas temáticas específicas da produção televisiva (dramaturgia, entretenimento ou jornalismo), havendo uma menor preocupação com contextualizações socioculturais mais amplas (Ortiz, Ramos e Borelli, 1989; Rezende, 2010). Já nos anos 2000, finalmente, consolidou-se entre muitos pesquisadores da história da televisão brasileira fazer uma análise capaz de *articular* as dimensões político-econômicas às estético-culturais como um processo

de múltiplas pressões e determinações (Ribeiro, Sacramento e Roxo, 2010; Vizeu, Coutinho e Porcello, 2009; 2010).

No caso das “histórias particulares”, tem sido mais frequente a perspectiva estético-cultural, envolvendo a análise de programas ou formatos específicos (Brandão, 2005; Silva, 1981), dos modos de construção da identidade local (Lins e Brandão, 2012; Carvalho, 2004) ou das implicações (estéticas, políticas, sociais, institucionais e televisuais) da participação de agentes de outros campos sociais (artístico e político, por exemplo) na produção de programas para a televisão (Mota, 2001; Napolitano, 2001; Sacramento, 2011). Ainda são presentes trabalhos que buscam, pela análise de um programa ou agente do campo televisivo, entender as relações institucionais de determinada emissora com o Estado (Oliveira, 2001).

Por fim, na terceira tendência da abordagem histórica, temos aqueles trabalhos que analisam as implicações da representação televisiva do passado nos modos de reconstrução e enquadramento da memória nacional (Kornis, 2003; 2008) e nas práticas docentes (Napolitano, 1999).

8 A ABORDAGEM ESTÉTICA

Esta abordagem procura considerar, sobretudo, os diferentes regimes televisuais em determinadas manifestações expressivas, em agenciamentos de afetos e gostos, na constituição de cânones e critérios de estilo e na partilha de modos de sensibilidade. Um trabalho pioneiro nessa perspectiva no Brasil é o artigo *A mensagem estética televisiva*, de José Manuel Morán (1979). O autor classifica e analisa quatro categorias estéticas fundantes da estética televisiva: a obsessão rítmica, a pseudorrelação direta-encantatória, a homogeneização questionada e o efeito multiplicador.

Outro importante trabalho nessa abordagem é o de Renata Pallottini, *Dramaturgia de televisão* (1998), no qual a autora discorre sobre os processos de encenação e de estruturação dramática na TV. Outros estudos também analisam os padrões estéticos da teledramaturgia brasileira, enfatizando os seus elementos narrativos específicos (Andrade, 2003; Costa, 2000) ou a produção autoral (Nogueira, 2002).

O trabalho mais referenciado nessa abordagem é, sem dúvida, o de Arlindo Machado (2000). Em *A televisão levada a Sério*, o autor critica as abordagens pessimistas (sobretudo frankfurtianas) e demasiadamente tecnológicas (especialmente vinculadas ao trabalho de Marshal McLuhan) para afirmar a necessidade de haver mais esforços de análise do conjunto de trabalhos audiovisuais que a televisão efetivamente produz e a que os espectadores assistem do que considerações genéricas sobre a estrutura ideológica ou tecnológica. A maioria dos estudos

publicados sobre televisão a aborda como uma tecnologia de difusão ou um empreendimento mercadológico – isto é, como um sistema de controle político-social ou sustentáculo do regime econômico. O livro de Machado (2000) se caracteriza por analisar a televisão com foco em seu conteúdo, no conjunto dos trabalhos audiovisuais que ela efetivamente produz e difunde, colocando a qualidade de suas formas televisuais como objeto particular de reflexão. Com Beatriz Becker, Machado considerou na análise do fenômeno televisivo que foi a telenovela Pantanal outras dimensões (políticas, culturais e mercadológicas), além da estética, para a construção da qualidade do produto (Becker e Machado, 2008).

A abordagem estética da televisão conta ainda com a análise das audiovisuais. Enquanto a análise do audiovisual se deteria à combinação da imagem ao som como uma virtualização, a da audiovisualidade permitiria uma atualização do audiovisual em específicas combinatórias de sons e imagens (Kilpp, 2003; 2008).

9 A ABORDAGEM TECNOLÓGICA

Esta abordagem tem sido, sobretudo, motivada pelo impacto da televisão digital no Brasil. Muitos são os estudos que procuram analisar as remodelações dos formatos, das narrativas, das lógicas mercadológicas, das políticas de comunicação, de novas possibilidades tecnológicas e promessas de interatividade, bem como estudar a concentração das discussões acerca da alta definição e limitações ao processo de inclusão social (Becker e Montez, 2004; Bolaño e Brittos, 2007; Squirra e Fachine, 2009). São, ainda, analisados os novos formatos televisivos que estão sendo produzidos em um contexto de convergência – ou de digitalização, como preferem alguns, para enfatizar o predomínio do digital – das mídias. Nesse processo, a portabilidade, a mobilidade e, especialmente, a interatividade são imperativos da atualização – e de um novo “enobrecimento” – do televisivo diante das celebrações eufóricas acerca do “fim” da televisão massiva.

Como elemento estruturante das mudanças que constituem as transições para uma televisão centrada no individual, está, certamente, a configuração contemporânea do capitalismo (avançado, global, transnacional, pós-industrial, neoliberal, emocional e cognitivo). Embora enfatizem específicas – e, às vezes, divergentes, mas, ainda assim, complementares – facetas do capitalismo, os autores concordam que, nesse contexto, as estratégias televisivas de *empoderamento do indivíduo* intensificam, por exemplo, a produção expandida, ou a recepção produtiva, bem como a hipersegmentação, a hiperexposição da intimidade, a hipersimbiose entre ficção, entretenimento e informação e a hiper-realidade. Trata-se, portanto, de uma efusão de estratégias hipertéticas cuja *finalidade última* é seduzir e fidelizar a audiência (pós-) televisiva, mas que não se encerra nisso. Esse conjunto de novos *telos* responde, também, às proclamações (apressadas e equivocadas) da “morte” da “velha mídia” e renovam os modos de fazer e de ver televisão.

Apesar dessa consideração, os autores não estão trabalhando a televisão como mera reprodutora da estrutura socioeconômica. Tradicionalmente, a televisão tem sido estudada, principalmente em sua dimensão institucional, mostrando como a sua programação é (quase que) exclusivamente determinada pela sua “exterioridade” (as coerções estatais, as disputas e as lógicas mercadológicas locais, nacionais e transnacionais, as condições de produção socioculturais, o ambiente regulatório e o mandonismo político) e menos pela sua “interioridade” (aspectos empresariais, técnicos, discursivos e profissionais, bem como as rotinas de produção e de recepção), mero reflexo da “realidade exterior”. Os autores dessa coletânea preferiram mostrar os “laços indissolúveis” entre as dimensões sociais, políticas, culturais, econômicas, estéticas, tecnológicas, discursivas e éticas do fazer televisivo num tempo de muitas mudanças. Nesse ponto, *A TV em transição*, coletânea organizada por Freire Filho (2009), não apenas apresenta as novas tendências de programação televisiva, mas também as novas possibilidades de estudo da televisão. Assim como a televisão, os estudos televisivos não se perderam no passado. Eles estão em renovação.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos de televisão no Brasil contam com abordagens bastante distintas. Entre os pesquisadores da comunicação, atualmente, a abordagem culturalista é aquela que vem sendo bastante explorada. No entanto, ainda são marcantes o estudo economicista – enfatizando as estruturas institucionais, as concorrências e as lógicas mercadológicas – e o estudo político – destacando as relações entre Estado e televisão. Conforme demonstrado ao longo do texto, essas abordagens ajudam a consolidar a perspectiva crítica como sendo a mais difundida, sobretudo entre os pesquisadores de outras áreas das ciências sociais. Uma exceção importante é a dos antropólogos. Esses estudiosos têm em larga medida contribuído para a análise televisiva do ponto de vista cultural.

Ainda é muito comum um tipo de análise da televisão centrada nas suas dimensões “danosas” à vida social (à democracia, à participação política, à formação escolar, ao posicionamento crítico, à emancipação humanística etc.). Em geral, programas específicos não são considerados nessa abordagem. São estudos mais totalizantes que buscam entender a televisão como um sistema interconectado a outros campos da vida social, exercendo sobre eles um conjunto diversificado de alterações. Essa crítica totalizante é, por um lado, um problema. Seu caráter holístico acaba diminuindo o olhar sobre as particularidades e as ambiguidades que a análise de produto, um processo ou modalidades de recepção específicos podem conferir. Por outro lado, não se pode negar que a existência do risco da falta de contextualização que os estudos centrados em uma das etapas do processo de comunicação televisiva podem acarretar.

Os estudos da televisão, em geral, são muito premidos pelas atualizações, pelas novidades tecnológicas e pelos novos formatos e configurações da produção, circulação e consumo televisivos. Essa, certamente, é uma característica ainda mais evidente pelos estudos de comunicação, majoritariamente marcados pelo presentismo. Dessa forma, até mesmo o recente aumento do interesse pela abordagem histórica pode ser compreendido pela explosão da “cultura da memória” que vivemos na contemporaneidade. Não há dúvidas de que a televisão é um objeto importante para o estudo da comunicação. Isso tem ainda ficado mais evidente na criação e na manutenção de seções de trabalho sobre televisão nos principais congressos e eventos do campo da comunicação: por exemplo, o Grupo de Trabalho de Estudos de Televisão do Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), os Grupos de Pesquisa Televisão e Vídeo e Ficção Seriada, e as seções temáticas sobre TV do Encontro Anual da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine). Essa institucionalização faz com que o campo da comunicação tenha a maior diversidade de estudos sobre a televisão no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão. **Publicações do mestrado em comunicação, imagem e informação**, Niterói, n. 1901, 1999.
- ALMEIDA, D. P. **Telenovela: o (in)discreto charme da burguesia**. Maceió: Edufal, 1985.
- ALMEIDA, H. B. **Telenovela, consumo e gênero**. Bauru: EDUSC, 2003.
- ALMEIDA, M. L. **A comunicação de massa no Brasil**. Belo Horizonte: Edições Júpiter, 1971.
- ALMEIDA FILHO, H. *et al.* **O ópio do povo: o sonho e a realidade**. São Paulo: Símbolo, 1976.
- ALVES, Y. M. **A quem devemos servir: impressões sobre a novela das oito**. 1981. Mimeografado.
- ANDRADE, R. M. B. **O fim do mundo: imaginário e teledramaturgia**. São Paulo: Annablume Editora, 2000.
- _____. **O fascínio de Sherazade: os usos sociais da telenovela**. São Paulo: Annablume Editora, 2003.
- ÁVILA, C. R. A. **A teleinvasão: a participação estrangeira na televisão do Brasil**. São Paulo: Cortez Editora, 1982.

BACCEGA, M. A. Comunicação/educação: aproximações. In: BUCCI, E. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Perseu Abramo, 2000. p. 95-110.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 2008.

BALOGH, A. M. **Conjunções, disjunções, transmutações**: da literatura ao cinema e à TV. São Paulo: Annablume Editora, 1996.

_____. **O discurso ficcional na TV**: sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: EDUSP, 2002.

BARTHES, R. **Mitologias**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972.

BAUDRILLARD, J. **Pour une critique de l'économie politique du signe**. Paris: Gallimard, 1972.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

BECKER, B. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

BECKER, B.; MACHADO, A. **Pantanal**: a reinvenção da telenovela. São Paulo: EDUC PUC-SP, 2008.

BECKER, V.; MONTEZ, C. **TV digital interativa**: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

BERGAMO, A. Imitação da ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil. **Tempo social**: revista de sociologia da USP, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 303-328, 2006.

BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. **A TV brasileira na era digital**. São Paulo: Paulus, 2007.

BOMENY, H. M. B. **Paraíso tropical**: a ideologia do civismo na TVE do Maranhão. Rio de Janeiro: Achiamé, 1981.

BONAVITA, M. E. F. **História da comunicação**: rádio e televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1984.

BORELLI, S. H. S. Gêneros ficcionais: matrizes culturais no continente latino-americano. In: _____. (Org.). **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo: Intercom, 1994.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BRAGA, G. M. Indústria cultural e comunicação e desenvolvimento. **Revista da Intercom**, n. 55, p. 71-86, jul.-dez. 1986.

BRANDÃO, C. **O grande Teatro Tupi do Rio de Janeiro**. Juiz de Fora: Editora UFJF; TV Panorama, 2005.

BRITTOS, V. C. **Recepção e TV a cabo**: a força da cultura local. 2 ed. Porto Alegre: Editora Unisinos, 2001.

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. (Orgs.). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

CALZA, R. **O que é telenovela?** São Paulo: Brasiliense, 1996.

CAMPANELLA, B. **Os olhos do grande irmão**: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

CAMPEDELLI, S. Y. **A telenovela**. São Paulo, 1985.

CAPARELLI, S. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L & M, 1982.

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

CAPPARELLI, S.; LIMA, V. A. **Comunicação e televisão**: desafios da globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

CARVALHO, G. **A televisão no Ceará**: consumo, lazer e indústria cultural. Fortaleza: Omni Editora Associados LTDA, 2004.

COSTA, A.; SIMÕES, I.; KEHL, M. R. **Um país no ar**: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986.

COSTA, C. **A milésima segunda noite**. São Paulo: Annablume Editora, FAPESP, 2000a.

_____. **Eu compro essa mulher**: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2000b.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

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

DEFLEUR, M. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

DUARTE, E. B. **Televisão**: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DUTRA, M. S. **A natureza da mídia**: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume Editora, 2005.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: Editora UNESP; Boitempo, 1997.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

FADUL, A. Decadência da cultura regional: a influência do rádio e da TV. In: MARQUES DE MELO, J. (Org.). **Comunicação e incomunicação no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1976.

_____. Hegemonia e contrainformação: por uma nova práxis da comunicação. In: SILVA, C. E. L. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contrainformação**. São Paulo: Cortez Editora; Intercom, 1982.

FAUSTO NETO, A. **O impeachment da televisão**: como se cassa um presidente. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

FAUSTO NETO, A.; VÉRON, E.; RUBIM, A. A. **Lula presidente**: televisão e política na campanha eleitoral. 1. ed. São Paulo: Hacker, 2003.

FECHINE, Y. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FERRARA, L. D. (Coord.). **Da literatura à TV**. São Paulo: IDART/Secretaria Municipal de Cultura, 1981.

FIGUEIREDO, A. M. C. **Teledramaturgia brasileira**: arte ou espetáculo? São Paulo: Paulus, 2003.

FISCHER, R. M. B. **Da literatura à tevê**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

In: FISCHER, R. M. B. **O mito na sala de jantar**: discurso infanto-juvenil sobre televisão. Porto Alegre: Movimento, 1984.

FRANÇA, V. **Narrativas televisivas**: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FREIRE FILHO, J. A celebração do ordinário na TV: democracia radical ou neopopulismo midiático? In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Novos rumos da cultura da mídia**: indústrias, produtos, audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

_____. (Org.). **A TV em transição**: tendências de programação televisiva no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

FUSARI, M. F. R. **O educador e o desenho animado que a criança vê na televisão**. São Paulo: Loyola, 1985.

GOMES, I. M. M. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. **Revista Fronteiras**, v. 4, n. 2, p. 165-185, 2002.

_____. (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

GÓMEZ, G. O. **Televisión y audiencias**: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de La Torre, 1996.

GUIMARÃES, I. **O populismo eletrônico**: Ratinho e a crise da TV brasileira. Rio de Janeiro: Booklimk, 2002.

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

HERSCHMANN, M.; PEREIRA, C. A. M. **Mídia, memória e celebridades**: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-Papers: 2003.

HERZ, D. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tché Editora, 1987.

HOINEFF, N. **A nova televisão**: desmassificação e impasse das grandes redes. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

JACKS, N.; CAPPARELLI, S. (Coords.). **TV, família e identidade**: Porto Alegre “fim de século”. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

KEHL, M. R.; BUCCI, E. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004.

KILPP, S. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo**: apontamentos sobre a televisão. Porto Alegre: Zouk, 2008.

_____. **Ethicidades televisivas**: Sentidos identitários na TV – moldurações homológicas e tensionamentos. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

KORNIS, M. Ficção televisiva e identidade nacional: anos dourados e a retomada da democracia. In: ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F.; KORNIS, M. (Orgs.). **Mídia e política no Brasil**: jornalismo e ficção. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

_____. **Cinema, televisão e história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

LEAL, O. F. **A leitura social da novela das oito**. Rio de Janeiro; Petrópolis: Vozes, 1986.

LEAL FILHO, L. **Atrás das câmeras**. São Paulo: Summus, 1988.

LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Saga, 1970.

LINS, F.; BRANDÃO, C. **Cariocas do brejo entrando no ar**: o rádio e a televisão na construção da identidade juiz-forana (1940-1960). Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LUZ, I. P. TV, mulher e a comunicação comunitária. In: MARQUES DE MELO, J. (Org.). **Ideologia, cultura e comunicação no Brasil**. São Bernardo do Campo: IMS, 1982.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MAGALHÃES, N. M. E. **Eu vi um Brasil na TV**: televisão e cultura em perspectivas antropológicas. Santa Maria: Editora UFSM, 2008.

MAIA, A. F. **Televisão e barbárie**: um estudo sobre a indústria cultural brasileira. 2002. Tese (Doutorado) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. 226 f.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

MARQUES DE MELO, J. **As telenovelas da Globo**: produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988.

_____. **Comunicação social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

_____. **Comunicação, opinião, desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 1971.

_____. O complexo brasileiro de televisão. **Tecnologia educacional**, Rio de Janeiro, n. 29, 1979.

_____. **Telemania**: anestésico social. São Paulo: Loyola, 1981a.

_____. Escapismo e dependência na programação da TV brasileira. **Comunicação & sociedade**, n. 5, p.147-160, mar. 1981b.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINS, R. **A rebelião romântica da Jovem Guarda**. São Paulo: Fulgor, 1966.

MATTOS, S. **Um perfil da TV brasileira**: 40 anos de história (1950-1990). Salvador: ABAP-BA; A Tarde, 1990.

MCLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg e os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1968.

MENDONÇA, K. **A punição pela audiência**: um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.

MENDONÇA, S. R.; FONTES, V. M. **História do Brasil recente**. São Paulo: Ática, 1996.

MICELI, S. **A noite da madrinha**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

MILANESI, L. A. **O paraíso via Embratel**: o processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

MIRA, M. C. **Circo eletrônico**: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Edições Loyola; Olho D'Água, 1995.

MOLES, A. **Sociodinâmica da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

MORÁN, J. M. A mensagem estética televisiva. **Comunicação & sociedade**, São Paulo, n. 2, p. 182-193, dez. 1979.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX**. Rio de Janeiro: Forense, 1967.

MOTA, R. **A épica eletrônica de Glauber**: um estudo sobre cinema e TV. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.

MOTTER, M. L. **Ficção e realidade**: a construção do cotidiano na telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

NAPOLITANO, M. **Como usar A TV em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 1999.

_____. **Seguindo a canção**: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959/1969). São Paulo: Annablume Editora; FAPESP, 2001.

NOGUEIRA, L. **O autor na televisão**. São Paulo: EDUSP, 2002.

NOVAES, A. **Anos 70**: televisão. Rio de Janeiro: Europa, 1979. (Coleção Anos 70: ainda sob tempestade).

OROFINO, M. I. **Mediações na produção de TV**: um estudo sobre O Auto da Compadecida. Porto Alegre: ediPUCRS, 2006.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. O. A produção industrial e cultural da telenovela. *In*: ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. O.; BORELLI, S. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. O.; BORELLI, S. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

OLIVEIRA, L. M. B. **Nossos comerciais, por favor!** A televisão brasileira e a Escola Superior de Guerra: o caso Flávio Cavalcanti. São Paulo: Beca, 2001.

PAIVA, R.; SODRÉ, M. **A cidade dos artistas**: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

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

PALLOTTINI, R. **Dramaturgia na televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

PASQUALI, A. **Sociologia e comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973.

PENTEADO, H. D. **A televisão e os adolescentes**: a sedução dos inocentes. São Paulo: FEUSP, 1983.

PEREIRA, C. A. M.; MIRANDA, R. **Televisão, as imagens e os sons**: no ar, o Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PIGNATARI, D. **Signagem da televisão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PRADO, R. Televisão, poderosa, mas não tanto: cidade pequena, mulher e telenovela. *In*: ECKERT, C.; MONTE-MÓR, P. (Orgs.). **Imagem em foco**: novas perspectivas em antropologia. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998.

PRIOLLI NETO, G. A TV para o bem do Brasil. *In*: SILVA, C.E. L. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contrainformação**. São Paulo: Cortez Editora; Intercom, 1982. p. 107-115.

_____. **A tela pequena no Brasil grande**. *In*: BARBOSA LIMA, F.; PRIOLLI NETO, G.; MACHADO, A. *Televisão & vídeo*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

PORTO, M. P. **Televisão e política no Brasil**: a Rede Globo e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

RAMOS, A. M. **Escola x indústria cultural**: o papel de uma escola na formação do espírito crítico em relação à mídia. 1983. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 1983.

RAMOS, J. M. O. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

RAMOS, R. **Grá-finos na Globo**: cultura e *merchandising* nas novelas. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

RECTOR, M. T. **A mensagem da telenovela**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1973.

REIMÃO, S. **Livros e televisão**: correlações. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

REZENDE, A. L. M. Televisão: babá eletrônica? *In*: PACHECO, E. (Org.). **Televisão, criança, imaginário e educação**. Campinas: Papirus, 1998.

REZENDE, G. J. 60 anos de jornalismo na TV brasileira: percalços e conquistas. *In*: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; COUTINHO, I. **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. p. 57-81.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, L. M. **Imagens do Brasil na televisão fechada**. Brasília: Editora Casa das Musas, 2010.

RIBEIRO, R. J. **O afeto autoritário**. Cotia: Ateliê Editorial, 2005.

ROCCO, M. T. F. **A linguagem autoritária**: televisão e persuasão. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ROMANO, M. C. J. S. **Telenovela e representação social**: Benedito Rui Barbosa e a representação do popular na telenovela. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

SACRAMENTO, I. **Depois da revolução, a televisão**: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970. São Carlos: Pedro e João Editores, 2011.

SACRAMENTO, I.; RIBEIRO, A. P. G. História contextual. *In*: BARBOSA, M.; SACRAMENTO, I.; MACHADO, M. B. C. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil 2011/2012**: memória. Brasília: Ipea, 2012. v. 3.

SAMPAIO, I. S. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo: Annablume Editora, 2000.

SAMPAIO, M. F. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SANTORO, L. F. O rádio e a televisão como objetos de ensino. **Revista de cultura Vozes**, Petrópolis, ano 74, v. LXXIV, n. 7, p. 513-518, set. 1980.

_____. Tendências populistas na TV brasileira ou as escassas possibilidades de acesso às antenas. *In*: MELO, J. M. (Org.). **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez Editora; Intercom, 1981. p. 135-143.

_____. **Televisão e divulgação científica**: um espaço para o fantástico. *Comunicação & sociedade*, n. 7, p. 101-106, mar. 1982.

SCHRAMM, W. **Comunicação de massa e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

SCHRAMM, W.; LERNER D. **Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

SILVA, C. E. L. **Muito além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, D. I. **Os estudos acadêmicos sobre a televisão brasileira**: décadas de 70 e 80. 1992. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Brasília, 1992.

SILVA, F. L. P. **O teleteatro paulista nas décadas de 50 e 60**. São Paulo: IDART, 1981.

SOUZA, J. C. A. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). **Televisão digital**: desafios para comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009. v. 1, p. 247-260.

SODRÉ, M. **A comunicação do grotesco**: introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis: Vozes, 1972.

_____. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. **Televisão e psicanálise**. São Paulo: Ática, 1987.

_____. **A máquina de Narciso**: televisão, indivíduo e poder no Brasil. São Paulo: Cortez Editora, 1994.

- _____. **As estratégias sensíveis: mídia, afeto e política.** Petrópolis: Vozes, 2006.
- TRAVANCAS, I. **Juventude e televisão.** Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- VAN TILBURG, J. L. **O estereótipo visual da telenovela brasileira como mecanismo de educação permanente.** Petrópolis: Centro de Informação e Documentação, 1981.
- _____. **A televisão e o mundo do trabalho.** São Paulo: Paulinas, 1990.
- VIA, S. C. **Televisão e consciência de classe.** Petrópolis: Vozes, 1977.
- VÉRON, E. **Ideologia, estrutura e comunicação.** São Paulo: Cultrix, 1970.
- VIEIRA, R. A. O papel do rádio e da TV na formação da cultura brasileira, ou da monocefalia à atomização. **Comum**, n. 2, 1979.
- VIZEU, A.; COUTINHO, I.; PORCELLO, F. (Orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional.** Florianópolis: Insular, 2009.
- _____. **60 anos de telejornalismo no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2010.
- WEBER, M. H. **Comunicação e espetáculos da política.** 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BOLAÑO, C. **Mercado brasileiro de televisão.** Aracaju: UPROEX/UFS, CECAC Projeto Editorial, 1988.
- BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes.** São Paulo: Paulus, 2007.
- CARVALHO, E. et al. **Anos 70 e a televisão.** Rio de Janeiro: Europa, 1979.
- MARQUES DE MELO, J. A telenovela: catarse coletiva. **Vozes: revista de cultura**, v. 63, n. 1, p. 16-19, jan. 1969.
- MATTOS, D. J. L. **O espetáculo da cultura paulista: teatro e TV em São Paulo.** São Paulo: Códex, 2002.
- MATTOS, S. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política.** Petrópolis: Vozes, 2002.
- PEREIRA, C. A.; MIRANDA, R. **O nacional e o popular na cultura brasileira: televisão.** São Paulo: Brasiliense, 1983.
- REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo: Summus, 2000.

MAPEAMENTO TEMÁTICO DA HISTÓRIA DA CIBERCULTURA NO BRASIL

Adriana Amaral*

Sandra Portella Montardo**

1 INTRODUÇÃO

Há muitas formas de se contar a história da cibercultura no Brasil. Na medida em que qualquer uma delas ofereceria apenas uma aproximação, um ponto de vista possível, vale fazer escolhas e justificá-las. De acordo com o Projeto História do Campo da Comunicação no Brasil, cujos resultados estão expressos neste livro, pode-se identificar quatro momentos da constituição deste campo no país. A emergência dos temas ligados à cibercultura no Brasil ocorre, como será mostrado a seguir, na década de 1990. Conforme o mencionado projeto, nesta década acontece a expansão das pós-graduações e, com isso, da pesquisa acadêmica, assim como a criação de novas sociedades científicas. Da mesma forma, o crescimento dos estudos sobre a cibercultura no país também compreende a primeira década do século XXI, marcada, segundo o projeto, pelas tecnologias de comunicação e pelo protagonismo dos estudos de campo.

Portanto, no projeto que pretende organizar a história da comunicação no Brasil – campo do conhecimento do qual provém a maior parte dos estudos de cibercultura no país, ao menos de forma institucionalmente organizada –, torna-se pertinente falar em cibercultura em termos institucionais. Quanto a isso, vários objetos se apresentam como possibilidades de análise: cursos de pós-graduação, sociedades e eventos científicos, publicações etc.

Conforme observado em trabalhos anteriores (Amaral e Montardo, 2010a), ainda que, no Brasil, seja a comunicação a área de conhecimento que, institucionalmente, organiza a pesquisa acadêmica em cibercultura de forma regular, o foco em programas de pós-graduação *stricto sensu* em comunicação não seria suficiente

* Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); diretora de Comunicação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) na gestão 2011-2013.

** Professora e pesquisadora do Mestrado em Inclusão Social e Acessibilidade e do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale; secretária-executiva da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) na gestão 2011-2013.

para esta análise. Isto ocorre porque há produção de pesquisa deste tipo em áreas como antropologia, letras, sociologia, psicologia, educação, artes, além de programas interdisciplinares (Amaral e Montarolo, 2010a).

Outro possível objeto de análise institucional seriam as associações científicas, por meio de eventos, pelo motivo exposto a seguir.

O fortalecimento da legitimidade da cibercultura como um domínio de estudos científicos dentro do campo da comunicação tem se intensificado através de diversos fatores, que se perfazem na produção bibliográfica docente e discente dos programas de pós-graduação, na criação de grupos e linhas de pesquisa nesses programas, que se focam no estudo do tema, e de grupos de estudo pertencentes a entidades como a Compós [Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação] e a Intercom [Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação]. Com a criação da ABCiber [Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura], a cibercultura avança mais uma etapa na busca de sua consolidação no âmbito científico e passa a ter uma representação nacional dedicada exclusivamente a um trabalho de legitimação da pesquisa nacional (Amaral *et al.*, 2009, p. 1).¹

A ABCiber, instituição que visa nuclear o conhecimento científico, tecnológico e cultural sobre cibercultura no país, foi fundada apenas em 2006, sendo seu quadro de sócios-fundadores constituído de pesquisadores atuantes na área. A ABCiber é uma associação tanto científica quanto cultural, voltando-se, também, para a promoção de manifestações culturais dos fenômenos ciberculturais, conforme consta em seus objetivos programáticos.²

Ainda de acordo com o Projeto História do Campo da Comunicação, os anos 2000 seriam aqueles da consolidação da multidisciplinaridade nos estudos da comunicação, o que leva este trabalho à questão dos temas. Em artigo anterior, fez-se uma análise comparativa dos estudos de cibercultura no Brasil e nos Estados Unidos (Amaral e Montardo, 2010a), do qual emergiram temáticas recorrentes de abordagem da cibercultura. Posteriormente, procedeu-se a um levantamento dos estudos voltados a esta área do conhecimento nos anais dos eventos científicos da Intercom (Amaral e Montardo, 2011), que veio a ampliar estas temáticas. Neste capítulo, pretende-se expandir e complementar estes estudos mediante a verificação de incidência destas temáticas e a identificação de outras nos anais dos simpósios organizados pela ABCiber.

1. Ver as páginas eletrônicas das entidades mencionadas em: <<http://www.compos.org.br>>; <<http://www.intercom.org.br>>; e <<http://www.abciber.org>>.

2. Ver os objetivos da ABCiber em: <http://abciber.org/metlas_objetivos1024.html>.

2 PESQUISA EM CIBERCULTURA NO BRASIL NOS ANOS 1990 E NOS ANOS 2000: CONCEITOS E PUBLICAÇÕES

A cibercultura pode ser compreendida sob várias abordagens teóricas. Há definições que privilegiam aspectos contraculturais de sua história, como Turner (2006), e há descrições mais fluidas, voltadas aos aspectos sociais dos fenômenos culturais emergentes, como Lévy (1999) e Lemos (2002). Alguns estudos consideram o tema um integrante da noção de tecnologias do imaginário, como Silva (2003), ou um subcampo emergente da comunicação, como Felinto (2007). Macek (2005), Felinto (2008) e Amaral (2008) tematizam o estudo das práticas culturais e os estilos de vida em sua relação com as tecnologias. Foot (2010) faz uma aproximação na qual o foco são as relações, os padrões, os meios e os artefatos de trocas de produção cultural *online*, enquanto Trivinho (2007) e Rüdiger (2011) centram nas vinculações com a indústria cultural e a teoria crítica.

Em uma tentativa de periodizar os conceitos da cibercultura, Macek (2005) os divide em *cibercultura inicial* (*early cyberculture*), entre os anos 1980 e 1990, e a *cibercultura atual* (*current cyberculture*) do final dos anos 1990 em diante. Além disso, o autor procura mostrar distinções entre os diferentes tipos de narrativas e imaginários a partir de uma tipologia dos conceitos de cibercultura utilizados por diversos autores.

QUADRO 1
Conceitos atuais de cibercultura

	Conceitos utópicos	Conceitos informacionais	Conceitos antropológicos	Conceitos epistemológicos
Breve descrição	Cibercultura como modelo de uma sociedade utópica transformada pelas tecnologias da informação e comunicação (TICs). Conceito antecipador ("futurologista").	Cibercultura enquanto códigos culturais (simbólicos) da sociedade da informação. Conceito analítico, parcialmente antecipador.	Cibercultura enquanto práticas culturais e estilos de vida relacionados às TICs. Conceito analítico, voltado para o presente e para a história.	Cibercultura como um termo para a reflexão social e antropológica sobre as novas mídias.
Exemplos de autores e livros	Andy Hawk, <i>Future culture manifesto</i> (1993); e Pierre Lévy, <i>Cyberculture</i> (1997 – publicado em português em 1999).	Margaret Morse, <i>Virtualities: television, media art and cyberculture</i> (1998); e Lev Manovich, <i>The language of a new media</i> (2001).	Arturo Escobar, <i>Welcome to Cyberia: notes on the athropology of cyberculture</i> (1994); e David Hakken, <i>Cyborgs@ Cyberspace</i> (1999).	Lev Manovich, <i>New Media from Borges to HTML</i> (2003); e Martin Lister et al., <i>New media: a critical introduction</i> (2003).

Fonte: Macek (2005).
Elaboração das autoras.

Não é objetivo deste capítulo rediscutir conceitualmente o termo ou sua “morte anunciada” (Manovich, 2009; Felinto, 2011), mas indicar de que forma esta terminologia teve impacto nos estudos brasileiros sobre tecnologias e comunicação mediada por computador, constituindo uma subárea cujas temáticas têm sido mapeadas desde pesquisas anteriores (Amaral e Montardo 2010a; 2011). A identificação de temas emergentes torna-se importante tanto para o auxílio às

pesquisas em estágio inicial, indicando objetos na área, quanto para a reflexão sobre os alcances e limites desta disciplina. Na próxima subseção, realiza-se uma breve contextualização dos eventos, autores, publicações, linhas de pesquisa e grupos de pesquisa relacionados à área.

2.1 Os anos 1990

A popularização do uso do termo cibercultura³ começou entre a metade dos anos 1980 e o início dos anos 1990. A questão das narrativas dos imaginários relacionados à emergência da cultura digital deriva-se inicialmente das concepções de ciberespaço – que começavam a ser discutidas a partir do neologismo cunhado por William Gibson em *Neuromancer* (Gibson, 1984) – e das discussões sobre o impacto deste espaço na cultura, sobretudo a partir da internet. Citem-se também as discussões sobre obras de autores como McLuhan e as teorias cibernéticas.

No Brasil, em meados dos anos 1990, o termo aparece em artigos de autores como André Lemos e Eugênio Trivinho. Em 1999, cibercultura torna-se nome de uma das linhas de pesquisa⁴ do programa de pós-graduação em comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA),⁵ conforme informado pelo seu *site*:

Criada em 1999, reúne pesquisadores que analisam formas contemporâneas de convergência da informática e das telecomunicações. Visam compreender os novos meios comunicacionais digitais e suas implicações nas formações socio-culturais *online* e nas práticas e formatos jornalísticos. Agregam estudos sobre os impactos comunicacionais das tecnologias de informação e comunicação no mundo contemporâneo. Tópicos específicos: jornalismo convergente na *web*; jornalismo digital em base de dados; o ensino de jornalismo na era da convergência tecnológica; revistas digitais; mulher, tecnologia e cultura digital; tecnologias sem fio de comunicação e informação contemporâneas; cidades e novos territórios informacionais; tecnologias móveis e digitais na configuração e reconfiguração de microrrelações sociais, identidades e representações; audiosfera na ambiência digital (UFBA, [s.d.]).

3. De acordo com o *Oxford English Dictionary* (Oxford, 2001), a utilização inicial do termo *cyberculture*, em 1963 – derivada da cibernética –, relacionava-se à automatização da sociedade. Os usos posteriores, a partir dos anos 1980 e 1990, já incluem a emergência da cultura das redes informatizadas.

4. Atualmente diversas linhas de pesquisas dos mais de quarenta programas brasileiros de pós-graduação em comunicação possuem alguma relação com as temáticas da cibercultura. Embora a maioria não utilize o termo no nome da linha, diversas teses e dissertações são desenvolvidas tendo cibercultura ou termos correlatos como palavra-chave.

5. Atualmente, com essa linha de pesquisa há três grupos de pesquisa cadastrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). São eles: *i*) *Jornalismo Online* (GJOL) – criado em 1998, é coordenado pelo professor doutor Marcos Silva Palácios e conta com a participação das professoras doutoras Leonor Graciela Natansohn, Maria Lucineide Fontes, Suzana Barbosa e do professor doutor Elias Machado; *ii*) Cibercidade (GPC) – formado em 1997, é coordenado pelo professor doutor André Luiz Martins Lemos, com a participação de José Carlos Ribeiro e do professor doutor Messias Bandeira; e *iii*) Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS) – foi instituído em 2008 e é coordenado pelo professor doutor José Carlos Ribeiro, com a participação da professora doutora Maria Lucineide Fontes.

2.2 Os anos 2000-2010

Os anos 2000 popularizam e ampliam a produção científica sobre cibercultura, com um aumento exponencial de publicações e eventos dedicados ao tema. Pode-se afirmar que, a partir do início dos anos 2000, houve uma

intensa diversidade de temas, objetos, metodologias e arcabouços teóricos que compõem o cenário de pesquisas e estudos em cibercultura no país, realidade entrevista nos últimos anos nos principais espaços de discussões em torno deste tema – como o GT [grupo de trabalho] Comunicação e Cibercultura, da Compós,^[6] o GP [grupo de pesquisa] Cibercultura, da Intercom,^[7] ou o Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (Pereira, 2011, p. 3).

As obras sobre cibercultura – entre as quais se contam muitas coletâneas, além de algumas traduções de livros estrangeiros – têm sido publicadas pelas mais diversas editoras, sejam elas universitárias – EDUFBA, EDIPUCRS, Editora Unisinos, entre outras – ou privadas – E-papers, Mauad, Hacker, Aleph e Paulus, por exemplo. Em 2001,⁸ a Editora Sulina, de Porto Alegre, dá início à coleção de livros *Cibercultura* com a publicação da coletânea *Janelas do ciberespaço*, organizada por André Lemos e Marcos Palácios (Lemos e Palácios, 2001).

Em 2002, é lançado o livro *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea* (Lemos, 2002), tese de doutorado defendida por André Lemos na Universidade de Sorbonne em 1995 e traduzida para o português. Este livro está em sua quinta edição.⁹ De acordo com Luis Gomes,¹⁰ editor da Sulina, até o momento a coleção conta com 25 livros, sejam eles autorais ou coletâneas de diferentes autores nacionais, além de obras traduzidas.

Além disso, existem publicações constantes sobre o tema em diversos periódicos. Destaquem-se os dossiês dedicados exclusivamente ao tema: *i*) o dossiê *Cibercultura revisitada*, da revista *Galáxia* (PUC-SP, 2008); *ii*) o dossiê *ABCiber*, da revista *Famecos* (PUC-RS, 2008); e *iii*) o dossiê *O estatuto da cibercultura no*

6. Em 1995 foi fundado o grupo de trabalho Comunicação e Sociedade Tecnológica, que depois de alguns anos de funcionamento passou a se chamar Tecnologias de Informação e Comunicação e Sociedade e, finalmente, em 2006, passa a se chamar Comunicação e Cibercultura (Amaral e Montardo, 2010a).

7. De 2001 a 2008, antes de ser renomeado Cibercultura, o grupo se chamava Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação (Amaral e Montardo, 2011).

8. A coletânea *Comunicação na Cibercultura*, organizada por Dinorá Fraga da Silva e Suely Fragoso, data do mesmo ano (Silva e Fragoso, 2001).

9. Além desse, diversos outros livros da coleção *Cibercultura* rapidamente foram adotados como bibliografias dos cursos de graduação e pós-graduação e são constantemente reeditados. Entre eles, cite-se *Introdução às teorias da cibercultura*, de Francisco Rüdiger, lançado em 2004 (Rüdiger), cuja segunda edição saiu em 2007. Em 2011, esta obra sofreu significativos acréscimos e mudanças, originando o livro *As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores* (Rüdiger, 2011). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*, de Alex Primo, foi lançado em 2007 e atualmente está na sua terceira edição (Primo, 2007). Outros exemplos são *Redes sociais na internet*, de Raquel Recuero, lançado em 2009, atualmente na segunda edição, e *Métodos de pesquisa para internet*, de Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral, cuja primeira edição é de 2011, e a segunda, de 2012 (Recuero, 2009; Fragoso, Recuero e Amaral, 2011).

10. Informações enviadas por e-mail para as autoras em 13/1/2012.

Brasil, da revista *Logos* (UERJ, 2011). É a partir da noção expressa por Pereira (2011, p. 3) na apresentação do terceiro dossiê que as autoras se apropriam do termo cibercultura neste capítulo e pautam o mapeamento da diversidade de temáticas e fenômenos referentes a ela.

Considerando que a palavra cibercultura – como sinônimo de cultura digital e de dinâmicas comunicacionais e sociais contemporâneas mediadas pelas tecnologias de informação hodiernas – ganhou nos últimos anos uma dimensão cada vez mais genérica, que por vezes parece perder qualquer especificidade enquanto campo de estudos (Pereira, 2011, p. 3).

As autoras acreditam que a “intensa diversidade de temas, objetos, metodologias e arcabouços teóricos que compõem o cenário de pesquisas e estudos em cibercultura no país” (Pereira, 2011, p. 3) estão expressas nas categorias temáticas analisadas neste capítulo.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS E CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Em termos de método de análise, nesta pesquisa, o contato com o campo no qual se coletaram os dados foi feito por meio da abordagem da *teoria fundamentada* (*grounded theory*), essencialmente indutiva, deixando-se que os dados “falassem por si” antes de se recorrer à literatura (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011). Ainda assim, deve-se considerar que a *sensibilidade teórica* das autoras enquanto sujeitos da pesquisa para o processo de comparação dos dados não descartou suas prenoções e sua experiência como participantes dos simpósios da ABCiber em várias de suas edições. Outro detalhe importante é que a coleta, a descrição e a interpretação dos dados foram feitas de forma praticamente simultâneas, principalmente devido à experiência dos estudos anteriores (Amaral e Montardo, 2010a; 2011).

3.1 Breve contextualização sobre os simpósios da ABCiber

A ABCiber já promoveu cinco eventos científicos no Brasil,¹¹ com chamada de trabalhos em apenas quatro deles. Os eixos temáticos¹² para a chamada de trabalhos para a área científica e cultural alteram-se a cada ano. A partir destes eixos, articulam-se cinco formas de apresentação de trabalhos: artigo científico, mesa temática, *workshop*, *performance* e exposição. O quadro 2 apresenta os eixos temáticos dos simpósios da ABCiber.

11. Foram eles: I Simpósio Nacional da ABCiber, sediado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em setembro de 2006; II Simpósio Nacional da ABCiber, realizado na mesma universidade, em novembro de 2008; III Simpósio Nacional da ABCiber, realizado em novembro de 2009, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo; IV Simpósio Nacional da ABCiber, promovido na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); e V Simpósio Nacional da ABCiber, realizado na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em Florianópolis.

12. No primeiro e no segundo simpósio nacional da ABCiber, realizados em 2006 e 2008, optou-se por não definir eixos temáticos, para que se observasse a oferta de trabalhos na área.

QUADRO 2
Eixos temáticos dos simpósios da ABCiber

2009	2010	2011
Redes sociais, identidade e sociabilidade. Entretenimento, práticas socioculturais e subjetividade. Vigilância, ciberativismo e poder. Educação e aprendizagem. Jornalismo e novas formas de produção da informação. Mobilidade, redes e espaço urbano. Estéticas e ciberarte.	Redes sociais, comunidades virtuais e sociabilidade. Jogos, mundos virtuais e ambientes colaborativos (P2P). Entretenimento, produção cultural e subjetivação. Biopolítica, vigilância e ciberativismo. Políticas, governança e regulação da internet. Educação, processos de aprendizagem e cognição. Jornalismo, mídia livre e arquiteturas da informação. Mobilidade, espaço urbano e movimentos sociais. Estéticas, coletivos e práticas artísticas. Publicidade, comércio e consumo.	Educação, processos de aprendizagem e cognição. Jornalismo, mídia livre e arquiteturas da informação. Processos e estéticas em arte digital: <i>circuit bending</i>, instalações interativas e curadorias distribuídas. Jogos, redes sociais, mobilidade e estruturas comunicacionais urbanas. Meio ambiente, sustentabilidade e economias solidárias. Comunicação corporativa e práticas de produção e consumo <i>online</i>. Articulações políticas governamentais e não governamentais no ciberespaço. Arquivos: taxinomias, preservação e direito autoral.

Elaboração das autoras.

Em Amaral e Montardo (2010a), argumentou-se sobre a opção de análise da produção científica apresentada em grupos de trabalhos em eventos científicos e publicada em anais. Observou-se que eventos científicos congregam pesquisadores com referenciais teóricos diversificados, sobre uma mesma área de interesse, conforme os objetivos do evento e o grupo de trabalho ou sessão temática escolhidos, provenientes de diferentes instituições de pesquisa. Ademais, verifica-se que autores de livros, teses e dissertações costumam publicar suas ideias de forma concisa em artigos científicos apresentados em eventos. Finalmente, tem-se que, normalmente, anais de eventos estão disponíveis na internet, o que favorece a circulação das ideias discutidas. Tudo isto leva a crer que artigos científicos podem ser interpretados como o principal veículo de promoção da produção científica. Isto explica também por que serão analisados apenas os artigos apresentados nos anais dos simpósios da ABCiber, a despeito das demais modalidades de participação nos eventos.

3.2 Temáticas apresentadas nos anais dos simpósios da ABCiber (2008-2011)

Para a identificação de temáticas nos artigos apresentados nos simpósios da ABCiber, este trabalho se vale da análise de conteúdo como ferramenta metodológica. De acordo com Fonseca Júnior (2008), a análise de conteúdo “funciona por desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo agrupamentos analógicos” (Fonseca Júnior, 2008, p. 31). O autor destaca a análise temática como sendo de fácil operacionalidade na pesquisa acadêmica, por ser rápida e eficaz.

Assim, a partir da observação dos títulos, resumos e palavras-chave dos artigos, disponíveis nos anais dos simpósios nacionais da ABCiber observados, mantiveram-se como base as categorias e as respectivas temáticas compreendidas

conforme os estudos realizados anteriormente (Amaral e Montardo, 2010a; 2011), apresentadas no quadro 3.

QUADRO 3

Categorias de temáticas recorrentes nos estudos em cibercultura no Brasil

Categoria	Temáticas compreendidas	Base teórica
Linguagem	Arquitetura da informação, hipertexto, <i>links</i> , buscadores, hiperídia e narrativas de jogos digitais. Trata-se de estudos empíricos, em sua maioria.	Filosofia, informática, literatura, artes, educação e semiótica.
Crítica da técnica e do imaginário tecnológico	Técnica e imaginário tecnológico.	Filosofia e sociologia.
Subjetividade	Estudos teóricos sobre novas formas de subjetivação em função das TICs ou críticas a estas novas formas.	Psicologia e filosofia.
Apropriação tecnológica	Reconfiguração de práticas sociais e culturais em função das TICs.	Antropologia e sociologia.
Economia política da comunicação mediada por computador	Novas conformações econômicas e políticas em função da internet.	Economia, filosofia e comunicação.
Ciberativismo	Potencialização da ação política do indivíduo e da coletividade via internet.	Filosofia, sociologia e comunicação.
Epistemologia, teorias e métodos	Técnica, tecnologia e cultura digital.	Filosofia, literatura e comunicação.
Imaginário tecnológico	Reflexões sobre o presente a partir de referências da literatura, do cinema e outras artes.	Sociologia, literatura comparada e cinema.
Inclusão digital	Potencialização da inclusão social via TICs.	Sociologia e educação.
Práticas de consumo mercadológico	Estudos sobre práticas de consumo mercadológico em função das TICs.	<i>Marketing</i> e comunicação.
Sociabilidade <i>online</i>	Estudos empíricos sobre práticas e processos de sociabilidade <i>online</i> .	Sociologia e comunicação.
Jornalismo digital	Novas práticas, linguagens e rotinas produtivas jornalísticas em função das TICs.	Comunicação.
Entretenimento digital	Estéticas, formatos, gêneros, características, produtos e práticas culturais do campo do entretenimento presentes na cultura digital.	Comunicação, sociologia, estética e estudos culturais.

Fonte: Amaral e Montardo (2011, p. 108-109).

Observa-se no quadro 3 a natureza interdisciplinar dos estudos sobre cibercultura, conforme já comentado em Amaral e Montardo (2010a), o que coincide com a condição multidisciplinar evidenciada no Projeto História da Comunicação no Brasil. Também é importante lembrar que estas categorias muitas vezes se complementam e se sobrepõem. A carga subjetiva nelas implicadas – uma vez que o embasamento teórico ou a abordagem metodológica podem ser variáveis – é considerada aqui um limitador do alcance deste mapeamento. Como afirma Costigan (1999), as interpretações personalizadas da história da internet e das tecnologias de comunicação estão relacionadas às abordagens individuais inseridas nas trajetórias de cada pesquisador e de sua pesquisa, assim como ao

espírito da época na qual elas estão inseridas quando escritas e quando consumidas pelo público, uma vez que a sociedade que pesquisa e escreve sobre os efeitos da internet é muitas vezes a mesma que consome os artigos (Costigan, 1999 *apud* Fragoso, Recuero e Amaral, 2011, p. 37).

A subseção a seguir traz os resultados obtidos, bem como comentários sobre estes.

3.3 Artigos apresentados nos simpósios da ABCiber

Em setembro de 2006 aconteceu o I Simpósio Nacional de Pesquisadores em Ciberultura, evento que antecedeu a fundação da instituição. O formato do evento incluiu conferências e painéis em formato de mesa-redonda. Não houve apresentações de trabalhos, o que excluiu este simpósio da amostra da análise efetuada neste capítulo.

O II Simpósio Nacional da ABCiber, realizado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em novembro de 2008, dispôs os trabalhos a serem apresentados sob formas de mesas de conferências, proferidas por membros do conselho científico deliberativo da associação, painéis científicos e painéis artísticos. Pelas razões já explicadas, neste capítulo analisam-se apenas os artigos apresentados nos painéis científicos. Nesta modalidade, foram apresentados 103 trabalhos, conforme os anais do evento (ABCiber, 2008).

O III Simpósio Nacional da ABCiber, realizado em 2009 na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo, teve 284 trabalhos apresentados na modalidade artigo,¹³ segundo os anais do evento (ABCiber, 2009). Deve-se ressaltar que o eixo temático em que os trabalhos foram agrupados neste evento nem sempre coincidiu com a classificação temática da tabela 1. Neste capítulo, cada artigo teve seu título, resumo e palavras-chave examinados para sua classificação, de acordo com os procedimentos adotados nos artigos anteriores.

O IV Simpósio Nacional da ABCiber, realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro durante os dias 1º, 2 e 3 de novembro de 2010, teve 202 trabalhos apresentados na modalidade artigo, de acordo com os anais do evento (ABCiber, 2010). No entanto, excluíram-se da amostra artigos sem resumo ou palavras-chave, os quais, somados aos artigos não disponibilizados nos anais, totalizam treze trabalhos não considerados. Assim, a análise foi feita a partir de 189 artigos. Saliente-se que, entre estes, havia artigos de relatos de experiência,¹⁴ sobretudo no eixo de educação; esta modalidade de artigo talvez devesse ter sido problematizada de outra forma ou realocada nos modelos do evento.

13. Um artigo apresentado no eixo de jornalismo e novas formas de apresentação da informação foi ignorado por não dizer respeito à proposta do eixo ou do evento como um todo.

14. Esse formato de artigo também apareceu no evento de 2011.

O evento mais recente, o V Simpósio Nacional da ABCiber, organizado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), ocorreu de 16 a 18 de novembro de 2011 em Florianópolis (ABCiber, 2011). Foram selecionados para análise 147 artigos dos 151 disponibilizados em CD-ROM. Os quatro artigos não analisados foram desconsiderados também por não apresentarem resumo e palavras-chave, impossibilitando a categorização.

TABELA 1

Artigos apresentados nos simpósios da ABCiber, por categoria temática e edição do evento (2008-2011)

(Em unidades)

Categorias temáticas/ Edições do evento	II Simpósio Nacional da ABCiber (2008, PUC-SP, São Paulo)	III Simpósio Nacional da ABCiber (2009, ESPM, São Paulo)	IV Simpósio Nacional da ABCiber (2010, UFRJ, Rio de Janeiro)	V Simpósio Nacional da ABCiber (2011, UFSC, Florianópolis)	Total
Linguagem	24	50	29	52	155
Crítica da técnica e do imaginário tecnológico	9	13	4	3	29
Subjetividade	13	14	18	7	52
Apropriação tecnológica	12	59	46	22	139
Economia política da comunicação mediada por computador	2	4	2	1	9
Ciberativismo	9	12	12	13	46
Epistemologia, teoria e métodos	0	3	4	2	9
Imaginário tecnológico	5	7	11	2	25
Inclusão digital	0	3	9	8	20
Práticas de consumo mercadológico	2	11	13	8	34
Sociabilidade <i>online</i>	5	3	21	13	42
Jornalismo digital	8	52	15	11	86
Entretenimento digital	14	53	5	5	77
Total	103	284	189	147	723

Elaboração das autoras.

Quanto aos artigos apresentados no II Simpósio Nacional da ABCiber, destacam-se os agrupados na categoria linguagem, com 24 trabalhos. Conforme o quadro 3, deve-se lembrar que a categoria inclui trabalhos sobre estética e educação de modo geral, o que justifica em larga medida este número de trabalhos. Observe-se que as categorias subjetividade e apropriação tecnológica praticamente se equivalem numericamente, com treze e doze artigos, respectivamente, revelando o equilíbrio entre trabalhos teóricos e empíricos. Números parecidos

apresentaram as categorias ciberativismo, com doze artigos, e entretenimento digital, com quatorze. Vale ressaltar a ausência de trabalhos sobre inclusão digital e sobre epistemologia, teoria e métodos, bem como a ocorrência de apenas dois artigos discutindo práticas de consumo mercadológico. Importa chamar atenção também para o baixo número de artigos sobre sociabilidade *online*, tema de apenas cinco trabalhos. Alguns artigos que poderiam ser identificados com esta categoria foram alocados em apropriação tecnológica e subjetividade, conforme o tema que discutiam.

Apropriação tecnológica, categoria de 59 artigos, entretenimento digital, de 53, jornalismo digital, com 52 ocorrências, e linguagem, com cinquenta, são as categorias que reúnem a maioria absoluta dos trabalhos apresentados no III Simpósio Nacional da ABCiber. Chama atenção o aumento da quantidade de artigos apresentados nesta edição do evento (284) com relação ao anterior (103), do qual se pode deduzir a consagração dos simpósios da associação. As categorias crítica da técnica e do imaginário tecnológico (treze artigos) e subjetividade (quatorze artigos) mostram as preocupações com a discussão teórica no evento. A categoria práticas de consumo mercadológico somou onze artigos, revelando o aumento considerável do interesse pela temática nesta edição do evento. Inclusão digital e epistemologia, teoria e métodos, apesar da baixa ocorrência – cada um com apenas três trabalhos –, revelam a contemplação de temáticas ausentes no segundo simpósio.

No IV Simpósio Nacional da ABCiber surgem temáticas como as relações entre tecnologias da informação e comunicação (TICs) e cidadania – área cujos artigos foram incluídos ora em inclusão digital, ora em ciberativismo. Os trabalhos de educação e cognição e os de estética e arte, também emergentes no quarto simpósio, foram classificados em apropriação tecnológica ou em linguagem. Duas outras temáticas que também surgem mais fortemente neste evento são espaço urbano e comunicação organizacional, categorizadas em apropriação tecnológica e em práticas de consumo mercadológico, respectivamente.

As categorias linguagem e apropriação tecnológica mantêm um alto índice de incidência, com 29 e 46 artigos, respectivamente, sendo as temáticas mais tratadas nesse ano. Observa-se o significativo crescimento de imaginário tecnológico, categoria de onze artigos, sociabilidade *online*, de 21, e práticas de consumo mercadológico, de treze, na quarta edição do evento. Ciberativismo manteve-se estável, com doze artigos, mas inclusão digital triplicou em relação ao ano anterior, registrando nove trabalhos. Subjetividade (dezoito estudos) e epistemologia, teorias e métodos (quatro) revelaram um pequeno aumento de artigos apresentados, enquanto crítica da técnica e do imaginário tecnológico (quatro artigos), economia política da comunicação mediada por computador (dois), entretenimento digital (cinco) e jornalismo digital (quinze) decresceram nesta edição do evento.

O V Simpósio Nacional da ABCiber, em 2011, caracterizou-se por uma redução na quantidade de artigos apresentados e por uma ênfase nas temáticas relacionadas à arte e à estética, o que resultou em um aumento do número de trabalhos em linguagem, categoria que registrou 52 artigos. Também apareceram algumas categorias temáticas como comunicação política e políticas públicas, classificadas em ciberativismo ou em inclusão digital, ou, ainda, em economia política da comunicação mediada por computador. *Design* e recepção também aparecem neste ano e foram categorizados em linguagem ou em apropriação tecnológica. Assim, linguagem e apropriação tecnológica seguem como as categorias que possuem o maior número de trabalhos, totalizando 74 trabalhos, mais da metade dos artigos apresentados no evento. Sociabilidade *online*, com treze ocorrências, e jornalismo digital, com onze, seguem como categorias bastante representadas. Inclusão digital e práticas de consumo mercadológico mantêm-se estáveis, com oito artigos cada uma.

No entanto, a queda no número de trabalhos relacionados a entretenimento digital (cinco artigos), imaginário tecnológico (dois) e subjetividade (sete) indica que a ênfase temática desse ano – as práticas artísticas – pautou as discussões dos artigos. Crítica da técnica e do imaginário tecnológico, com três artigos, epistemologia, teorias e métodos, com dois, e economia política da comunicação mediada por computador, com apenas um, apesar de terem diminuído no número de ocorrências, são categorias que tradicionalmente possuem um volume menor de trabalhos apresentados,¹⁵ mas que se mantém estável.

3.4 Considerações sobre as temáticas da cibercultura no Brasil por meio da produção científica: Compós, Intercom e ABCiber

Conforme Amaral e Montardo (2010a), a principal diferença entre as temáticas identificadas no grupo de trabalho Cibercultura da Compós – que comparou a produção científica sobre cibercultura no Brasil e nos Estados Unidos – e aquelas identificadas nos anais da Intercom (Amaral e Montardo, 2011) é a emergência de duas categorias temáticas: jornalismo digital e entretenimento digital. Conforme já comentado, a primeira categoria não aparece no grupo de trabalho da Compós até 2010. Por sua vez, a segunda tem aparecido com certa frequência, tendo sido considerada em Amaral e Montardo (2010a; 2010b) parte ora das categorias de apropriação tecnológica, ora de sociabilidade *online*, ou da categoria temática de linguagem.

A categoria jornalismo digital mantém-se tanto nos anais da Intercom quanto nos da ABCiber, demonstrando que a relação com as práticas profissionais é uma tendência dos estudos de cibercultura. A categoria entretenimento digital

15. Ver os resultados relativos à Compós (Amaral e Montardo, 2010b) e à Intercom (Amaral e Montardo, 2011).

ganha um amplo destaque nos anais da Intercom, tendo por principais objetos os jogos e as práticas culturais em torno da música. Este destaque concretizou-se institucionalmente com a criação, em 2011, do grupo de pesquisa Comunicação, Música e Entretenimento na Intercom, que começou a receber trabalhos em 2012. Lembre-se que a questão da música também era abordada na Intercom nos trabalhos do grupo de pesquisa em culturas urbanas.

Ao contrário do observado nos artigos da Compós e da Intercom, nos anais dos simpósios da ABCiber verifica-se uma queda de interesse por temas relacionados à epistemologia e à metodologia. Os trabalhos sobre estes temas, de maior fôlego teórico, vêm tendo menos demanda que os artigos empíricos nos últimos anos. Mesmo assim, a categoria temática se mantém, o que indica a necessidade de uma reflexão sobre o próprio pensamento resultante das pesquisas sobre fenômenos ciber culturais e dos modos de sua análise. De forma análoga aos achados sobre os artigos da Intercom, percebe-se uma predominância de estudos empíricos nos artigos apresentados nos simpósios da ABCiber.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com relação aos artigos apresentados nos quatro simpósios da ABCiber, percebe-se uma predominância daqueles identificados com a temática linguagem (155 artigos) e apropriação tecnológica (139). Quanto à primeira categoria, acredita-se que o elevado número de trabalhos apresentados se deva à discussão constante que a tecnologia inspira no período considerado, seja sob o ponto de vista científico, seja artístico. Vale lembrar que a maioria dos trabalhos que abordam a educação no contexto da ciber cultura também integrava esta categoria. Além disso, os estudos que analisam as linguagens dos produtos midiáticos e comunicacionais sempre foram um dos carros-chefes da pesquisa em comunicação e fundamentaram a área desde seu princípio, reaparecendo nos tipos de estudo de objetos mais recentes. Apropriação tecnológica, assim como linguagem, privilegia a análise empírica a partir de aporte teórico da antropologia, da sociologia e dos estudos culturais. Este movimento crescente da abordagem empírica tem sido observado nos trabalhos sobre ciber cultura no país a partir de estudos anteriores, da primeira década do século XXI.

Aparecem com um considerável número de artigos as categorias: *i)* subjetividade, com 52 trabalhos apresentados nos quatro simpósios; *ii)* ciberativismo, com 46; *iii)* sociabilidade *online*, com 42; *iv)* jornalismo digital, com 86; e *v)* entretenimento digital, com 77. Porém, apenas subjetividade e ciberativismo apresentam certa constância no número de artigos apresentados nos quatro anos considerados, enquanto as demais temáticas apresentam oscilações importantes. Contudo, confirma-se o interesse pela abordagem empírica nas quatro últimas categorias. As cinco categorias demonstram relações com objetos emergentes,

conforme se verifica com as questões políticas do ciberativismo; as práticas sociais da sociabilidade *online*; os modos de subjetividade relacionados aos ambientes digitais; os produtos e as rotinas produtivas do jornalismo digital; e a emergência dos jogos, das plataformas de música *online* e dos seriados que permeiam os estudos de entretenimento digital.

Crítica da técnica e do imaginário tecnológico, tema de 29 artigos da amostra, e imaginário tecnológico, tema de 25 artigos, caracterizam-se pela abordagem teórica dos fenômenos da cibercultura. Apresentam um bom número de ocorrências em artigos nos quatro eventos, ainda que figurem em número menor que os estudos empíricos. Além do mais, constituem temas importantes naquilo que Macek (2005) considera como cibercultura inicial, ao se voltarem à historicização do campo, bem como às narrativas ficcionais utópicas e distópicas relacionadas à cibercultura. Inclusão digital somou vinte artigos e práticas de consumo mercadológico, 34. São temas que registraram ascensão nos simpósios – exceto no último – e demonstram interesse sobre mobilizações políticas e movimentos sociais, assim como sobre mercado, publicidade e formas de consumo e fruição no contexto da cultura digital.

A sede dos eventos é uma variável importante na incidência de uma ou outra categoria por edição. Isto se deve à maior probabilidade de os pesquisadores da universidade-sede ou das redondezas participarem dos simpósios, com o que se sobressai uma ou outra categoria privilegiada nos programas locais de pós-graduação. Um exemplo disto foi a predominância da categoria linguagem sobre os outros temas no V Simpósio Nacional da ABCiber, sediado na UFSC. Neste evento, foi dada ênfase nas questões estéticas ligadas à tecnologia.

Finalmente, a categoria de economia política da comunicação mediada por computador e a de epistemologia, teoria e métodos são as com menos trabalhos apresentados: cada uma registrou apenas nove artigos. Porém, deve-se considerar que algumas questões ligadas à primeira categoria por vezes se confundem com a categoria ciberativismo. Quanto à segunda, não se exclui a possibilidade de sua discussão em todas as outras categorias.

Mais uma vez, é importante considerar a carga de subjetividade dos pesquisadores nas análises feitas, apesar dos métodos definidos. A classificação de alguns estudos em mais de uma temática parece ser o ponto mais delicado deste estudo. Outro ponto que não deve ser esquecido é que foram analisados apenas os artigos e não as demais modalidades de participação nos simpósios da ABCiber – mesas temáticas, oficinas, exposições e *performances*. No entanto, a modalidade artigo é a mais expressiva em todas as edições do evento.

Não se identificou nova categoria temática específica ao se analisarem os anais dos simpósios da ABCiber. Entretanto, este capítulo acredita que temas como cognição, *design* de interfaces digitais, comunicação organizacional, espaço

urbano e tecnologias, cidadania e TICs, recepção e internet, e artes e estéticas digitais – que apareceram com relevância nos anais da ABCiber, apesar de pouca ou nenhuma incidência nos anais dos outros eventos analisados – podem vir a se constituir em categorias temáticas e ganhar maior especificidade conforme o aumento da sua incidência nos próximos anos. Estes temas talvez já apareçam em teses e dissertações ou em grupos e linhas de pesquisa, objetos não abordados aqui.

Acredita-se que com este capítulo finaliza-se uma etapa na análise da produção científica sobre cibercultura no âmbito da comunicação no Brasil, capaz de gerar comparação destes resultados com outros estudos feitos sobre temáticas da cibercultura, fornecendo um quadro mais amplo sobre estes estudos no país. Com isso, pensa-se que este capítulo atinge o objetivo de registrar um aspecto da produção sobre cibercultura no país (temáticas) e, assim, mostrar uma versão de sua história no contexto da área da comunicação. Novos estudos sobre teses e dissertações defendidas, linhas e grupos de pesquisa vinculados aos programas de pós-graduação e autores podem ser conduzidos, ampliando a visão sobre o estatuto da pesquisa em cibercultura no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABCIBER – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA. Simpósio Nacional da ABCiber, 2., São Paulo, **Anais...** São Paulo: PUC-SP, 2008. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposio/abciber/anais/paineis/cientificos/>>.

_____. Simpósio Nacional da ABCiber, 3., São Paulo, **Anais...** São Paulo: ESPM, nov. 2009. Disponível em: <<http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/trabalhos.html>>.

_____. Simpósio Nacional da ABCiber, 4., Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em: <<http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/trabalhos>>.

_____. Simpósio Nacional da ABCiber, 5., Florianópolis, Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2011. Disponível em: <<http://150.162.39.1/simposio2011/index.php/simposio2011/2011>>.

AMARAL, A. Subculturas e cibercultura (s): para uma genealogia das identidades de um campo. **Famecos**, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4798/3602>>.

AMARAL, A.; AQUINO, M. C.; MONTARDO, S. P. **Intercom Sul 2010: perspectivas da pesquisa em comunicação digital**. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/e-book/intercom-sul-2010.pdf>>.

AMARAL, A.; MONTARDO, S. Pesquisa em cibercultura e internet. Estudo exploratório-comparativo da produção científica da área no Brasil e nos Estados Unidos. **Revista conexão: comunicação e cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p. 57-73, jul./dez. 2010a. Disponível em: <<http://www.ucs.br/portais/cecc/documentos/13865/download/>>.

_____. **Pesquisa em cibercultura**: análise da produção brasileira da Intercom. 2010b. Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/34/08_logos34_montar_do_amaral_pesquisa.pdf>.

_____. Pesquisa em cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 34, p. 102-116, jan./jul. 2011. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/logos/article/view/1879>>. Acesso em: 9 mar. 2012.

AMARAL, A. *et al.* **Mesa temática assunto-re**: cibercultura a 8 mãos: morte, permanência, renascimento e métodos. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, ESPM, 3., São Paulo: ABCiber, nov. 2009. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/adriamaral/pesquisa-em-cibercultura-no-brasil>>. Acesso em: 10 jul. 2010.

COSTIGAN, J. Forests, trees and internet research. In: JONES, S. (Ed.). **Doing internet research**: critical issues and methods for examining the net. London: Sage, 1999.

ESCOBAR, A. *et al.* Welcome to Cyberia: notes on the anthropology of cyberculture. **Current anthropology**, v. 35, n. 3, p. 211-231, 1994. Disponível em: <<http://fido.rockymedia.net/anthro/arturo.pdf>>.

FELINTO, E. Sem mapas para esses territórios: a cibercultura como campo do conhecimento. In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Novos rumos da cultura da mídia**: indústrias, produtos, audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

_____. *Think different*: estilos de vida digitais e a cibercultura como expressão cultural. **Famecos**, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistas.eletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4794/3598>>.

_____. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. **E-Compós**, Brasília, v. 14, p. 1-14, 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/548/511>>.

FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FOOT, K. Web sphere analysis and cyberculture studies. In: NAYAR, P. K. (Org.). **The new media and cybercultures studies anthology**. Malden: Blackwell, 2010. p. 11-18.

FRAGA, D.; FRAGOSO, S. **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIBSON, W. **Neuromancer**. New York: Ace Books, 1984.

HAKKEN, D. **Cyborgs@Cyberspace?: an ethnographer looks to the future**. New York: Routledge, 1999.

HAWK, A. **Future culture manifesto**. 1993. Disponível em: <http://project.cyberpunk.ru/idb/future_culture_manifesto.html>.

LE MOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LE MOS, A.; PALÁCIOS, M. **Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LISTER, M. *et al.* **New media: a critical introduction**. New York: Routledge, 2003. Disponível em: <http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/New_media.pdf>.

MACEK, J. **Defining cyberculture**. [s.l.: s.n.], 2005. Disponível em: <http://macek.czechian.net/defining_cyberculture.htm>. Acesso em: 3 out. 2007.

MANOVICH, L. **The language of a new media**. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2001. Disponível em: <<http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>>.

_____. **New media from Borges to HTML**. Massachusetts: The MIT Press, 2003.

_____. **Cyberculture is an old-fashioned term**. 23 jun. 2009. (Mensagem eletrônica recebida por Erik Felinto).

MORSE, M. **Virtualities: television, media art and cyberculture**. Bloomington: Indiana University Press, 1998.

OXFORD. **English dictionary**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

PEREIRA, V. Apresentação. Estatuto da cibercultura no Brasil. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 34, 2011. Disponível em: <<http://www.logos.uerj.br/>>.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, A. *et al.* **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores: interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/livroimc/imc_introducao.pdf>.

PUC-SP – PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO. Cibercultura revisitada. **Galáxia**, São Paulo, v. 8, n. 16, dez. 2008. (Dossiê). Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/issue/view/153/showToc>>.

PUC-RS – PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. ABCiber. **Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 37, dez. 2008. (Dossiê). Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/issue/view/337/showToc>>.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

RÜDIGER, F. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SILVA, D. F.; FRAGOSO, S. (Orgs.). **Comunicação na cibercultura**. 1. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

SILVA, J. M. **As tecnologias do imaginário**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.

TURNER, F. **From counterculture to cyberculture**. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.

UERJ – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. O estatuto da cibercultura no Brasil. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, 2011. (Dossiê). Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/antigos/logos_34/logos_34.htm>.

UFBA – UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom). **Cibercultura**. [s.d.]. Disponível em: <http://www.poscom.ufba.br/?page_id=33>.

O DIPLOMA DE JORNALISMO E AS CONFIGURAÇÕES DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Sérgio Luiz Gadini*

1 MODESTA CARACTERIZAÇÃO DE CENÁRIO

Seria possível, em um breve exercício de imaginação, tentar vislumbrar o Brasil sem o jornalismo nestas últimas cinco décadas (1962-2012)? Experimente, mesmo que seja por alguns poucos segundos. É provável que o pensamento tenha oscilado entre situações e momentos em que o jornalismo teve papel fundamental na sociedade brasileira, com todos os problemas e dificuldades que, é claro, não se pode ignorar. Seja no que diz respeito à gestão, ao controle hegemônico empresarial, ao atrelamento político eleitoral, ao alinhamento ideológico ou até mesmo a um eventual distanciamento das reais condições de vida cotidianamente experimentadas pela grande maioria da população.

Mesmo que associada a outros fatores, a luta pela formação profissional em nível universitário tornou-se, por longas décadas, marca e horizonte de aposta, em sintonia com as demais bandeiras pelo fortalecimento do campo do jornalismo no Brasil.

A criação de cursos para formação profissional em jornalismo já era uma bandeira de diversas entidades da área – como sindicatos, a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) –, que, desde o início do século XX, defendiam a abertura de escolas de qualificação com nível universitário. Assim, o I Congresso Brasileiro de Jornalistas, realizado no Rio de Janeiro em 1918, torna-se data referencial.

O início do século XX, marcado por rápidas – comparadas até aquele momento – mudanças sociais e econômicas no Brasil, leva os diários impressos a uma crescente modernização empresarial (gráfica e administrativa, além da inserção de imagens fotográficas e outras ilustrações nas páginas), com maiores tiragens, gerando mais espaço de atuação profissional. Assim, tendo por base as experiências de jornalismo de outros países, como a França – que registra cursos já em 1889 – e os

* Presidente do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ).

Estados Unidos – que possuem escolas de formação jornalística a partir de 1912, impulsionadas por Joseph Pulitzer, na Columbia University –, o I Congresso Brasileiro de Jornalistas aprova a proposta de criação de escola de jornalismo.

Entretanto, só na década de 1940 é que surgem os cursos universitários pioneiros. O primeiro, em 1947, na Faculdade Casper Líbero – então ligada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); e o segundo na Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, em 1948.¹ Mas, alguns anos antes, em 1935, era lançada a primeira iniciativa – por meio do então secretário da Educação do Rio de Janeiro, Anísio Teixeira – de criar curso de graduação em jornalismo, junto à Universidade do Distrito Federal, no Rio de Janeiro, buscando-se valorizar a formação humanista. A emergência do Estado Novo – em 1937 – abortou a proposta, uma vez que a própria universidade foi fechada. E, assim, apenas em 13 de maio de 1943, o então presidente Getúlio Vargas cria, oficialmente, o Curso de Jornalismo da Universidade do Brasil, que passa a funcionar alguns anos depois, em 1948. Vargas, aliás, foi quem assinou o Decreto-Lei nº 910, de 3 de novembro de 1938, prevendo a criação de cursos preparatórios ao exercício do jornalismo.

O professor Osni Dias (2004), ao estudar a história dos cursos de jornalismo no Brasil, identifica esforços pioneiros, anteriores ao funcionamento oficial da primeira escola de graduação. O paulista Vitorino Prata Castelo Branco é um destes intelectuais que realizou cursos profissionalizantes na área, ao longo de 1943. Na avaliação de Dias, Vitorino torna-se, desse modo, um “precursor dentro da comunidade brasileira de Ciências da Comunicação, ao lado de personagens como Barbosa Lima Sobrinho, Carlos Rizzini e Danton Jobim, entre outros” (Dias, 2004, p. 12).

Um estudo histórico – apresentado pelo presidente da ABI, Maurício Azedo, em 2010, à comissão que analisou a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) nº 386-A, pela alteração dos “dispositivos da Constituição”, discutindo a necessidade de curso superior em jornalismo para o exercício da profissão – lembra que

o presidente Jânio Quadros editou em 22 de agosto de 1961, três dias antes da sua renúncia, o Decreto nº 51.218, que regulamentou o Decreto-Lei nº 910 de 1938 que instituía o curso de Jornalismo e estabeleceu a exigência da formação de nível superior para o exercício da atividade profissional de jornalista (Azedo *apud* Brasil, 2010, p. 27).

O referido decreto previa, contudo, que o direito dos jornalistas que exercessem há dois anos a profissão de continuar a fazê-lo, como jornalistas profissionais provisionados. Entre o final dos anos 1940 e o início da década de 1970,

1. O primeiro curso de jornalismo, em 1947, mais tarde, tornou-se a Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero, em São Paulo; e o segundo curso foi criado no Brasil em 1948 – a partir de 1967, tornou-se a atual Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ (Melo, Fadul e Silva, 1979).

são poucos os cursos universitários que surgem na área. E uma das explicações mais frequentes, aliada à suposta baixa procura, estava no alto custo dos equipamentos de produção editorial na área, seja de televisão, seja de rádio, seja, até mesmo, de estrutura gráfica, em sintonia com a valorização do papel, que também dificultava a produção de impressos.

Conforme estudo da professora Cristina Gobbi (2004), o currículo mínimo para a graduação em comunicação social surge em 1962, quando o Conselho Federal de Educação fixa uma grade básica aos cursos superiores (Lei nº 5.540/1968), deixando às universidades a tarefa de incluir outras disciplinas, de acordo com a avaliação do que poderia contribuir na formação profissional de cada área. Os cursos de jornalismo passam, desse modo, a conviver, na área de comunicação social, com as habilitações de relações públicas, publicidade e propaganda e editoração.

Até o final da década de 1980, o Brasil tinha o registro de aproximadamente cem 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/propaganda, relações públicas e, com menor frequência, cinema, rádio e TV ou editoração. Pelas informações da época, Bahia, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul tinham entre três e cinco cursos, enquanto São Paulo e Rio de Janeiro concentravam maior número das escolas universitárias. As demais Unidades da Federação (UFs) possuíam um ou dois cursos de comunicação social. E, claro, muitos estados não tinham sequer uma escola de formação universitária na área até o início da década de 1990. Como se vê, em menos de quatro décadas, o cenário da mídia muda completamente: quando se iniciou o funcionamento do primeiro curso de graduação em jornalismo, em 1947, o Brasil tinha população de apenas 45 milhões de habitantes.

Assim, aos poucos, novos cursos vão surgindo nas principais cidades do país. Em Porto Alegre, a Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) foi criada em 1951, funcionando a partir do ano seguinte. Em Recife, em 1961, na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), por iniciativa do professor Luiz Beltrão, implementou-se o primeiro curso de jornalismo do Norte e do Nordeste do país. Em 1971, em Belo Horizonte, foi criada a Faculdade de Comunicação e Artes da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), seguida por diversos outros cursos, em todas as regiões do país. Nesse ano, a Universidade de São Paulo (USP) passa a oferecer o curso de jornalismo na Escola de Comunicação e Artes.

De maneira geral, no entanto, pode-se dizer que, até a virada daquela década (1980/1990), o aumento no número de escolas de graduação em comunicação social – com habilitação em jornalismo, de acordo com nomenclatura do Ministério

da Educação (MEC) para a área – é relativamente baixo, se comparado à explosão repentina que a década de 1990 vai registrar, na aposta de ampliação da oferta pela liberalização das condições de ensino, que passam a ficar, cada vez mais, acessíveis.

Nesse ritmo, a qualificação profissional dos jornalistas brasileiros passa, cada vez mais, embora não de modo exclusivo, pelo ingresso aos cursos de comunicação social com ênfase ou habilitação em jornalismo. E, regra geral, não resta dúvida de que esta tendência se mostra aceitável na área, seja aos profissionais que conseguem manter padrão de qualidade de vida, seja aos empresários que, majoritariamente, selecionam profissionais graduados na área, quando precisam recompor seus quadros. E, por consequência, com nível de qualificação, os profissionais também não precisam se submeter às condições precárias que, até poucas décadas antes, pareciam condenar quem optava pelo exercício do jornalismo no Brasil. Isto, contudo, não significa que as campanhas salariais fossem mornas ou apáticas, e nem mesmo que os dissídios coletivos não demandassem discussões para chegar aos acordos de defesa dos direitos salariais dos trabalhadores, como acontece em toda e qualquer categoria que consegue se organizar por mais reconhecimento profissional.

2 LIBERALIZAÇÃO, OFERTA MERCANTIL E DESMONTE ANUNCIADO

O campo jornalístico brasileiro, a partir do início da década de 1990, registra aumento acelerado de procura por vagas em cursos universitários. Na esteira de demanda supostamente reprimida – de vagas em cursos de jornalismo – que as universidades públicas – federais, em geral – não supriam, e adicionando-se a isto expectativa – e, inclusive, promessas de governo – de liberalização da economia, em processo de “desmonte” do Estado de direito,² criam-se condições para que um número cada vez maior de instituições de ensino superior (IES) particulares entre no mercado de ensino superior privado, ofertando cursos que, até aquele momento, registravam alta procura diante de limitado número de vagas. A redução das condições de exigência para abertura de cursos universitários – por parte do MEC – “abre” um mercado para que outras instituições privadas passem a ofertar cursos. E, na cartela de oferta, inúmeros novos cursos de jornalismo.

Entretanto, a motivação por parte dos emergentes empresários do ensino superior privado brasileiro não se reduziu, entretanto, às facilidades administrativas, observadas a partir do (não) controle dos órgãos responsáveis em nível federal. Isto porque algumas transformações tecnológicas passam a indicar gradativa

2. Oportuno considerar que a passagem dos anos 1980/1990 registra uma onda de gestores (neo)liberais que se colocam como defensores da radicalização do enfraquecimento do Estado, implantando processos de terceirização, privatização ou redução da ação estatal em diversos setores essenciais da economia, tais como transporte – por via de cobrança de pedágio rodoviário –, saúde e educação, nos quais se poderiam situar constantes cortes de verbas destinadas às universidades públicas.

baixa nos custos de instalação e manutenção de cursos em jornalismo. Esta situação alterava as dificuldades vigentes, até o início da década de 1990, quando era difícil equipar laboratórios escolares, fosse em rádio, TV ou produção gráfica. A explicação é simples: em tempos de equipamento analógico, tudo era mais caro, também pelo fato de que a maioria de tais equipamentos envolvia importação de peças e até mesmo de alguns suprimentos que, a partir da primeira década do século XXI, se tornaram simples, viáveis e até habituais. Oportuno situar que, até os anos 1980, as dificuldades estruturais geravam alguns contrastes, forjando cenário em que se, por um lado, as universidades públicas não conseguiam a liberação de recursos para atualizar seus laboratórios, por outro lado, as poucas faculdades particulares que conseguiam manter estes espaços mais atualizados também cobravam elevadas mensalidades escolares. E, assim, nos dois casos, permanecia mais distante o acesso de grande parcela de estudantes que vislumbravam a entrada em um curso de formação universitária em jornalismo.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que se a década de 1990 foi marcada por expansiva mercantilização do ensino superior, com crescente oferta de vagas – por parte de emergentes IES privadas –, a facilitação das condições técnicas, com o barateamento de equipamentos que precisavam ampliar as condições de circulação e consumo, também contribuiu para deixar o ensino superior na área, bem como a própria expectativa de produção midiática, um pouco menos elitista. E, aí, “fazer televisão”, por exemplo, aos poucos vai deixando de ser um sonho para poucos, que mantinha a comunicação ainda mais monopolizada em nível nacional.

Ao final da primeira década do século, em 2010, o país registra números de outro cenário. Com mais de 190 milhões de habitantes – 85% em área urbana –, contam-se cerca de 1.300 cursos universitários – e presenciais – em comunicação social, com mais de quatrocentos cursos na habilitação jornalismo. E, neste período de duas décadas, o mercado de atuação profissional, até mesmo diante do crescimento urbano centrado em médias e grandes cidades, registrou redução no número de postos de trabalho nos tradicionais meios de informação. As variáveis que podem explicar tal fenômeno envolvem as rápidas transformações tecnológicas – digitalização, por exemplo –, a informatização das redações e a crescente concentração empresarial dos meios com o fortalecimento de produções em rede que, ao reduzir a concorrência, passam a utilizar a mesma base de produção com diminuição direta nos postos de trabalho.

A abertura acelerada de cursos de jornalismo gerou outra demanda profissional na área: a contratação de professores. Assim, de uma estimativa de 1.500 docentes que, em 1990, atuavam nos então cursos de jornalismo existentes no país, passa-se, em 2010, para uma média de mais de 6 mil professores que trabalham nas escolas de formação universitária do setor. E, desse modo, outros atores

também passam a atuar, diretamente, no campo jornalístico – em particular, na formação profissional –, em escolas de graduação em jornalismo.

3 ESFORÇOS POR UM RETRATO ATUAL DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL (UNIVERSITÁRIA)

Alguns indicadores, mais recentes, podem contribuir nessa proposta de discutir relações entre a formação profissional em jornalismo, a exigência de formação universitária e o desafio de fortalecimento do campo.

Em 2010, o Ipea, em parceria com a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), realizou um levantamento sobre as escolas de comunicação e o número – estimado – de profissionais existentes no país, bem como outras informações sobre carreira, formação e mercado de trabalho. O estudo foi publicado na coletânea *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*, volume 3, lançado em dezembro de 2010 (Ipea, 2010).³

Um levantamento realizado pelo professor Jacques Mick, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), indica a atual distribuição geográfica dos 372 cursos de graduação em jornalismo existentes no Brasil em 2011. São 187 cursos na região Sudeste, 67 no Sul, 65 no Nordeste, 26 no Centro-Oeste e 27 escolas na região Norte. O referido estudo considera como cursos diferentes aqueles oferecidos em *campi* distintos de uma mesma instituição.

Mas, afinal, o que basicamente se ensina, hoje, nas faculdades de jornalismo?, questionou a *Revista Press* (O que..., 2011), em reportagem publicada em agosto de 2011. Pela provocação da entrevista feita por Marco Antonio Schuster, pode-se afirmar que os cerca de 370 cursos de jornalismo, que atualmente funcionam em todas as regiões e estados do país, não possuem apenas uma realidade, em termos de formação e até mesmo de mercado. E, aqui, um aspecto é que o documento das diretrizes curriculares em comunicação – que ainda indica um padrão mínimo de estrutura, por parte do Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais (INEP) do MEC – orienta muito amplamente a abertura/manutenção de um curso de graduação. Por sua vez, os padrões mínimos de estrutura também, ainda, são muito genéricos e permitem variedade muito grande na realidade dos cursos de jornalismo, como de igual modo acontece em outras áreas.⁴

3. Para esse estudo, ver Ipea (2010).

4. Parte dessa entrevista foi publicada na reportagem *O que as faculdades de jornalismo estão ensinando* (O que..., 2011).

Os instrumentos de avaliação em vigor – que valem para os mais diferentes cursos de graduação, de modo padronizado – permitem, por exemplo, que, em uma mesma cidade, se mantenha um curso de jornalismo com estrutura mínima e um quadro de professores horistas – nem sempre dignamente remunerados –, por um lado; e que outra IES tenha curso com estrutura laboratorial de produção e quadro docente com atuação integrada no ensino, na pesquisa e na extensão, por outro lado. Qual a diferença do profissional graduado nas duas IES? Com raras exceções – de esforço individual, por exemplo, pois nem sempre só estrutura resolve –, o profissional formado na IES com estrutura básica terá outra visão do campo profissional, pelas próprias limitações do ensino, que dificultam experimentar ou pensar outras expressões e formatos editoriais.

Como resolver isso? Por um lado, a expectativa é que o Conselho Nacional de Educação (CNE) aprove diretrizes específicas para as mais diferentes áreas de graduação. E isto vale também para comunicação. Cinema já possui diretrizes próprias, jornalismo tem projeto em avaliação e relações públicas também discute proposta de diretrizes curriculares ao ensino. Esta tendência vai ao encontro do fortalecimento e da ampliação do campo da comunicação – não é por acaso que se fala, no mundo contemporâneo, em sociedade midiática, era da informação etc. – que, por consequência, também demanda uma busca de orientações para abrir/manter cursos de graduação nas diferentes áreas. É bem diferente pensar em diretrizes curriculares de comunicação para um tempo em que o país tinha menos de cem cursos – como no início da década de 1990 – e olhar agora, em que se tem mais de 1.300 cursos de comunicação social no Brasil, com cerca de 370 de jornalismo em funcionamento – se se considerar o número de autorização, é bem superior a isto. A aprovação de diretrizes curriculares no ensino de jornalismo deve criar condições concretas para orientar mais diretamente, e de modo pontual, o funcionamento de cursos de graduação.

Ao mesmo tempo, a atual direção do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) encaminhou à Secretaria de Ensino Superior do MEC propostas para tornar mais específicos os instrumentos de avaliação das graduações em jornalismo, pois da forma como está não cobra mudanças ou melhorias na oferta de condições de ensino.

Como se sabe, em saúde, educação e qualquer serviço público, deixar que a lei da oferta/procura regule ou melhore as condições sociais é ilusão. Basta visitar diferentes escolas de jornalismo do Brasil para verificar que alguns cursos são mantidos precariamente e, pelos atuais critérios de avaliação, o INEP/MEC não tem muita opção para cobrar providências. A população (estudantes e professores dos cursos de graduação) precisa ter garantia de que ensino superior – seja público ou privado – é um bem que demanda políticas públicas, com padrões de qualidade.

4 UNIVERSIDADE, MERCADO E DEMANDAS SOCIAIS

Pode-se dizer que é relativamente frequente, tanto em debates, artigos ou até mesmo em conversas habituais, ouvir que as universidades não preparam para o mercado e que ainda estão distantes da realidade social. A questão é diferenciar a demanda de mercado e a social. A universidade brasileira é não apenas profissionalizante – diferente da europeia e da norte-americana –, mas também possui tradição de vínculo social muito forte – atividades de extensão confirmam isto.

Agora, o dilema entre demanda social *versus* demanda de mercado é uma das variáveis que deixa universidades à mercê de ondas e hipóteses. Se um curso for pensado apenas para atender à demanda mercantil, tende a ficar refém da lógica lucrativa, e esta opção tem um preço. Daí porque, sugere-se que, pelo compromisso social, uma universidade – seja pública ou privada – deveria justificar-se pela atenção às demandas sociais, que são bem superiores ao mercado. Inverter isto é o problema. A comunicação e o jornalismo não podem ser entendidos apenas como um “negócio”. Este é um dos problemas do Brasil, que deixa a população refém de interesses e moedas políticos, religiosos ou econômicos.

Os cursos de jornalismo devem formar profissionais para atender a demandas sociais, latentes e potenciais, para além dos espaços tradicionais do mercado de trabalho. E como se faz isto? Não olhar apenas para o suporte (veículo impresso, TV ou web), mas habilitando-se profissionais para identificar demandas, em diferentes municípios do Brasil, que têm espaço de atuação. Este é um desafio, pois se os cerca de 9 mil profissionais graduados em jornalismo ficarem concentrados nas grandes cidades – como hoje acontece –, a tendência é reproduzir o modelo centralizador de mídia, e, ao mesmo tempo, a população que reside em pequenos municípios vai continuar olhando só o que ocorre nas grandes e médias cidades, que têm estrutura de produção jornalística.

A mudança de foco ainda é tímida, não somente por insegurança dos gestores universitários, mas também por comodismo de – futuros – profissionais que insistem em ver apenas o mercado tradicional, e não a pluralidade de demandas sociais emergentes – seja em redes, grupos, movimentos ou setores sociais – que ainda têm condições e possibilidade de inventar seus espaços de produção, circulação e consumo de mídia.

Para fechar a questão proposta: o problema maior é que muitos cursos de graduação em jornalismo ainda acreditam que é mais fácil formar apenas para um mercado tradicional em crise – grandes grupos, jornais impressos ou redes de TV, por exemplo –, esquecendo que uma mudança silenciosa, que envolve redistribuição de renda e opção de consumo, sugere demandas sociais latentes também em jornalismo.

As novas diretrizes curriculares no ensino de jornalismo e uma consequente mudança nos mecanismos de avaliação podem contribuir para isso. Mas os dirigentes de IES e cursos, bem como os estudantes que optam pelo jornalismo, podem ajudar também ampliando o olhar social para demandas que estão aí, bem mais perto das cidades brasileiras. E, ao mesmo tempo, espera-se que o Congresso Nacional também aprove a proposta de emenda à Constituição (PEC) do diploma, que prevê exigência de formação universitária da profissão jornalística.

5 DILEMAS E LIMITES DA PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Dados da coordenação da área de ciências sociais aplicadas I, de 2011 (que engloba comunicação, ciências da informação e museologia), referentes às informações fornecidas pelas coordenações de programas em 2010, indicam que dos quarenta programas de pós-graduação *stricto sensu* (mestrados e doutorados) em comunicação existentes no país, apenas um está focado em jornalismo. Embora, claro, vários programas de comunicação possuem linhas ou eixos de pesquisa que contemplam variados estudos em jornalismo.

A questão, aqui, é contextualmente comparativa, uma vez que o jornalismo possui mais escolas de graduação em funcionamento, com cerca de 370 cursos de graduação, em que estudam em torno de 70 mil alunos, entre escolas públicas ou privadas. E trabalham, aproximadamente, 7 mil docentes, entre todos os estados da União.

Desses quarenta programas, formalmente autorizados e em funcionamento no início de 2011, quatorze mantêm mestrado e doutorado. Assim, considerando-se que a média de duração de um mestrado é de até 24 meses e a de um doutorado, de até 48 meses, tais programas registram cerca de 1.100 pós-graduandos matriculados em cursos de comunicação entre os dois níveis (mestrado/doutorado). Já a realidade do único curso de mestrado em jornalismo registra trinta estudantes. É claro que existem muitos jornalistas matriculados em programas de pós em cultura, comunicação, estudos de linguagem, expressões audiovisuais, entre outras variações de referências ao mundo da significação do pensamento, da vida social e outras indicações que dialogam com o campo midiático. No entanto, observa-se certa invisibilidade de pesquisas mais focadas nos processos jornalísticos nos cursos de pós-graduação em comunicação no país.

O que é pertinente destacar é a constatação que diz respeito às dificuldades de abertura de cursos de pós-graduação em jornalismo no Brasil. Diante do número de estudantes (70 mil) em cursos de graduação em jornalismo, qual seria a principal limitação para começar a ofertar vagas e cursos capazes de atender às demandas de formação de pesquisadores, com ênfase, concentração e foco de abordagem na produção jornalística?

A principal crítica de consultores e pareceristas de propostas emergentes, regra geral, pauta-se em modelos sustentados há algumas décadas em grandes áreas, quando ainda pouco se falava em demandas sociais de mídia, inclusão digital, pesquisas em redes de informação e novos espaços de atuação profissional. Seria, portanto, oportuno rever as diretrizes e as orientações para abertura de cursos de pós-graduação (*stricto sensu*) em jornalismo, considerando-se a crescente demanda de profissionais graduados na área.

A situação do campo do jornalismo, ao que tudo indica, ainda levará algum tempo para sofrer mudanças em relação aos cursos de pós-graduação. Isto, em certa medida, se relaciona às chamadas diretrizes da investigação comunicacional ainda pouco específicas para o campo de estudo, tendendo-se a áreas que contemplam variações teóricas e analíticas.

Assim, faz-se necessário pensar novas ações para aprovar programas de pós-graduação em jornalismo, de forma que os estudantes possam encontrar diferentes perspectivas da prática da profissão na academia. O objetivo é que, nos próximos anos, setores profissionalizantes situados na comunicação fortaleçam-se e consigam abrir espaço para (re)pensar outros modelos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS OU UMA APOSTA (ESTRATÉGICA) NO JORNALISMO

Algumas apostas, pensando o jornalismo a partir de entidades que atuam na área – seja no ensino, seja na representação profissional –, parecem indicar simultaneamente os desafios para o fortalecimento do campo.

O primeiro grande problema do ensino de jornalismo no Brasil, bem como sua meta inicial, passa pelo reconhecimento da profissão, e isto está diretamente associado à aprovação da PEC que prevê a exigência de formação universitária em jornalismo para o exercício profissional. As velhas teses de liberalização já mostraram, em diversos setores, que não passam de apostas retóricas para desmontar as profissões com suas consequências sociais prejudiciais tanto aos profissionais quanto aos usuários da informação. Esta lógica – neoliberal – vale para o jornalismo, que não pode ser controlado por alguns poucos grandes grupos empresariais. A democratização da mídia também passa pela legitimidade e pelo fortalecimento da profissão.

Outro desafio mais específico ao ensino do jornalismo diz respeito à aprovação de diretrizes específicas para orientar a criação e o funcionamento de cursos universitários na área. Atualmente, a autorização de um curso de jornalismo atende a diretrizes de ampla área de comunicação, que deixa as especificidades da profissão soltas demais, sem indicadores concretos da profissão. E, aqui, não se pode ignorar que a universidade brasileira é também, ou fundamentalmente, ainda profissionalizante. E, portanto, ao propor um curso de jornalismo, é necessário

atender prioritariamente às especificidades da profissão, até mesmo ciente de que se trata de atividade comunicacional, que dialoga o tempo todo com as demais profissões existentes no campo midiático.

Outra demanda que está em discussão junto à Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) é a regulamentação nacional de programas de estágio, com supervisão e acompanhamento docente, tentando-se evitar que o ingresso de estudantes se torne um vício ou até mesmo um simples mecanismo para baratear mão de obra profissional.

Por fim, é preciso também que o MEC – por meio do INEP, responsável pela autorização e pelo reconhecimento de cursos superiores – tenha regras próprias também para os cursos de jornalismo. Isto já acontece com outras áreas, como medicina, engenharias e outros setores. A criação de um curso de jornalismo, no entanto, está baseada em orientações gerais que não diferem de inúmeras outras graduações (bacharelados ou licenciaturas), como se a especificidade da formação em jornalismo não demandasse laboratórios próprios e minimamente estruturados, entre outros aspectos. A direção do FNPJ já apresentou – em vários momentos – propostas concretas para atualização, mas até o momento, infelizmente, não foi atendida. Talvez porque pode ter um *lobby* maior, também neste setor, que dificulta a adoção de diretrizes transparentes para gestão (criação e funcionamento) dos cursos de jornalismo.

A médio prazo, a expectativa da direção do FNPJ é defender a abertura de cursos de pós-graduação (de mestrado e doutorado) específicos em jornalismo, como já existem em inúmeros países do mundo. Afinal, o Brasil também precisa avançar na pós-graduação, e, para esta finalidade, é preciso reavaliar a forma como algumas áreas são entendidas pelo MEC e a própria Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Mas isto, é claro, pode ser tema para outra reflexão mais específica.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Câmara dos Deputados. Comissão especial destinada a proferir parecer à Proposta de Emenda à Constituição nº 386-A, de 2009. Relatório do deputado Hugo Leal. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=D6829CAFB0704BABC667E45A6AB2A355.node1?codteor=789770&filename=Tramitacao-PEC+386/2009>.

DIAS, O. T. **Vitorino Prata Castelo Branco e o primeiro Curso Livre de Jornalismo do Brasil**. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2. Florianópolis, 15-17 abr. 2004. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1257.html>>.

GOBBI, M. C. (Coord). Projetos experimentais: entre a teoria e a prática do fazer jornalismo. **Revista PJ:Br** – jornalismo brasileiro, São Paulo, edição 4, 2º semestre de 2004.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010. v. 3. Disponível em: <www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/Panorama_da_Comunicacao_e_das_Telecomunicacoes_no_Brasil_-_Volume_3.pdf>.

MELO, J. M.; FADUL, A.; SILVA, C. E. L. **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez e Moraes, 1979.

O QUE as faculdades de jornalismo estão ensinando? **Revista press advertising**, Porto Alegre, edição 133, ago. 2011. Disponível em: <http://www.revistapress.com.br/root/materia_detalhe.asp?mat=423>. Acesso em: 20 jan. 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALGUNS desafios para a formação profissional em jornalismo. **Anuário Unesco/ Metodista de Comunicação Regional**, ano 13, n. 13, p. 29-38, jan./dez. 2009. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/AUM/article/viewFile/2186/2112>>. Acesso em: 20 jan. 2012.

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Em defesa da profissão de jornalista**. Manifesto da Federação Nacional dos Jornalistas e do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. São Paulo; Brasília: FENAJ, out. 2002a.

_____. **Formação superior em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. Florianópolis: FENAJ; UFSC, 2002b. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/diploma/interesse.htm>>.

FRANCISCATO, C. *et al.* A produção do conhecimento no campo do jornalismo. In: CASTRO, D.; MELO, J. M.; CASTRO, C. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010. v. 2. p. 99-116. Disponível em: <www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/Panorama_da_Comunicacao_e_das_Telecomunicacoes_no_Brasil_-_Volume_2.pdf>.

REDESCREVENDO MUNIZ SODRÉ

Eduardo Yuji Yamamoto*

1 INTRODUÇÃO

Muniz Sodré de Araújo Cabral é considerado um genuíno pensador brasileiro. Nascido em 12 de janeiro de 1942, no município de São Gonçalo dos Campos, Bahia. Mais conhecido por Muniz Sodré, ele é o resultado étnico do tupinambá com o cigano e o nagô – mistura da qual se orgulha –, ele faz jus à facticidade heideggeriana, à experiência baiana como princípio estruturante do pensamento que, recorrentemente, ele lança mão como fonte não só de inspiração para suas metáforas e teorias, mas também de indignação, haja vista as precárias condições materiais de existência que assolam as pessoas desta descendência.

Muniz Sodré possui a extensão urbana do *Akpalô* africano, é considerado um *flanêur* baiano que teve sua trajetória profissional inteiramente marcada pela defesa das “minorias”,¹ daqueles que sustentam a pirâmide social, mas são abjurdos como resíduos dos processos econômicos e comunicacionais. Por isto, na vida pública, foi avesso ao discurso desenvolvimentista proposto pelas elites e pelos políticos liberais que, à custa da expropriação das riquezas da Nação, modernizaram o país para uma única classe.

Essa postura Sodré também manteve coerente na academia, duvidando da natureza redentora das técnicas e tecnologias comunicacionais. Ele preferiu o contrário, abordou o viés humano dos problemas da vinculação simbólica e daqueles que emergem inesperadamente das formações comunitárias, e assim explorou a comunicação que se abre nos conflitos do dia a dia. Prova disso é a sua biografia política como jornalista-militante, seu trabalho público-administrativo como presidente da Biblioteca Nacional, mas, acima de tudo, sua extensa produção acadêmica nos campos da cultura e da comunicação.

* Doutorando em comunicação e cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Endereço eletrônico: <yudieduardo@bol.com.br>.

1. Nesse contexto, entende-se minoria segundo a concepção deleuziana, isto é, enquanto devir, formação contra-hegemônica, antiabsolutista, inserção de uma diferença na totalidade: “As minorias e as maiorias não se distinguem pelo número. Uma minoria pode ser mais numerosa que uma maioria. O que define a maioria é um modelo aceito: por exemplo, o europeu mediano, adulto, masculino, residente em cidades. Uma vez que uma minoria não tem um modelo, é um devir, um processo” (Deleuze, 1992, p. 214).

Desde sua obra seminal, *A comunicação do grotesco*, de 1971, a temática da comunicação – direta e mediada – apresentou-se como objeto constante no horizonte de Muniz Sodré, culminando, em 2002, com a publicação de *Antropológica do espelho*, trabalho que hoje é referência para os pesquisadores do campo da comunicação e leitura obrigatória para aqueles que nele ingressam. Nesta obra, Muniz Sodré não apenas apresenta conceitos centrais para os estudos de mídia, tais como a mediatização e o *bios* midiático, oferece também os contornos e as linhas de força da *epistème* do campo.

A maturidade de Muniz Sodré vem de longa data, de um trabalho contínuo, minucioso e perspicaz para a consolidação do campo e do objeto comunicacional em seus estudos sobre o código televisivo, a estrutura da cultura brasileira – em que a televisão ganha forma e se consolida como fenômeno cultural – e sobre as inferências do poder nesta cultura – seus mecanismos de subjetivação social. Estes estudos constituem a base da cognição do campo. Recentemente, entretanto, dois problemas vêm se intensificando em suas pesquisas, são eles: as formas de objetivação do “vínculo social”, compreendido como objeto privilegiado da comunicação,² e a importância de se redescrever conceitos “anacrônicos” como “educação” para um horizonte de mudanças significativas nos dias atuais.

A importância intelectual de Muniz Sodré é reconhecida também internacionalmente, tanto na Europa quanto na América Latina. Especialmente na França, Sodré fez muitas amizades e parcerias, entre estas, com Jean Baudrillard, Michel Maffesoli e Henri-Pierre Jeudy. Ainda na França aprendeu a técnica descritiva do mestre Baudrillard, que ele aplica primorosamente em seus cursos, palestras e seminários, sempre empenhado em dividir os costumes e assim ver abrir as fissuras dos mundos possíveis.

2 DO CÓDIGO DA CULTURA DE MASSA AO BIOS MIDIÁTICO NO PERÍODO 1970-2000

A problemática do vínculo social como tema da produção de Muniz Sodré não é recente; ela se faz presente em algumas de suas obras dos anos 1970, 1980 e 1990, ganhando destaque em *Antropológica do espelho* (2002). Mesmo sem se referir ao conceito de maneira direta e literal, pode-se observar sua presença no modo original como Sodré concebe a cultura e o processo de simbolização. Em *A verdade seduzida* (1983),

2. Segundo Sodré (2002, p. 223), “faz-se claro o núcleo teórico da comunicação: a *vinculação entre o eu e o outro*, logo, a apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo), seja sob a forma de luta social por hegemonia política e econômica, seja sob a forma de empenho ético de reequilíbrio das tensões comunitárias”. Sobre isto ver também Sodré (2001a): “o objeto da comunicação é a vinculação social. É como se dá o vínculo, a atração social, como é que as pessoas se mantêm unidas, juntas socialmente. (...) É o laço atrativo. E esse laço atrativo é a obrigação simbólica originária, que faz nascendo uma dívida simbólica com o grupo social”.

encontra-se uma concepção de “cultura” pouco convencional, mas que faz apelo ao vínculo, como um chamado de fora capaz de esvaziar o sujeito.

Cultura implica num esvaziamento da unidade individual, no que faz circular os termos polares da troca, no que reintroduz o acaso e o Destino, no ato simbólico que extermina as grandes categorias da coerência ideológica, no que se constitui em morte do sentido e da verdade universais, no que faz aparecerem as singularidades, num ato de delimitação e de atração, em resumo, no movimento do jogo (Sodré, 2005, p. 135).

A cultura, entendida sob um ponto de vista “ortoestrutural”, coloca-se em conflito tanto com as práticas dos meios de comunicação quanto com o código da cultura de massa.³ Tais práticas, segundo Muniz Sodré, nada mais fazem do que reforçar a ideia de que o indivíduo enquanto “sujeito abstraído da comunicação” – abstração que pode ser compreendida de várias maneiras: seja na condição de apenas “ouvinte” da comunicação – uma não reciprocidade no diálogo –, seja na condição de pura audiência do mercado, como “espelho”, seja ainda na condição de “mônada” fechada e indiferente. São inúmeras as vantagens desse conceito de cultura, entre elas listam-se as seguintes descritas.

1. Resolver o difícil problema semântico entre cultura e ideologia, marcante na sociologia e antropologia urbana da época, de forte inspiração marxista.
2. Afastar-se das correntes ortodoxas do estruturalismo e da sua lógica binária, redutora da cultura.
3. Dar lugar às minorias e às diferenças culturais, relegadas pela concepção positivista – universalidade da cultura.
4. Abrir a discussão, no campo comunicacional, sobre a possibilidade do diálogo humano, da inserção da diferença no “código de massa”, no qual impera um certo “monopólio da fala”.

Em um outro livro, também intitulado *A verdade seduzida* (Sodré, 1983), de grande repercussão nos anos 1980 e 1990 e com ressonância até os dias atuais, Muniz Sodré já observara, por um lado, a tendência ao tecnicismo teórico na reflexão comunicacional e, por outro lado, a falta de um questionamento sobre a vinculação efetiva. Para ele, o principal problema da comunicação social é a ausência de sentido para a sociabilidade – abstraída ou pressuposta –, relegada pela engenharia social que se produzira desde a modernidade.

3. “Meios de comunicação de massa” e “cultura de massa” constituem termos comuns no léxico das pesquisas comunicacionais dos anos 1970, 1980 e 1990, sob forte influência de teorias europeias, em especial da França e da Alemanha. Estes termos designavam, respectivamente, veículos como jornal impresso, revista, rádio e TV, e a forma de produção e consumo de bens culturais da época: industrial, em larga escala, voltado a um público homogêneo – daí o qualificativo massa. A partir dos anos 1990, com o advento da internet e a popularização dos microcomputadores pessoais, conceitos mais amplos como mídia (*media*) e cibercultura aparecem para cobrir cognitivamente a emergência de novas práticas sociais decorrentes deste novo *medium*.

No caso brasileiro, esse processo ocorreu de maneira precária e muito tardiamente, devido tanto à formação sociocultural do povo quanto à posição econômica do país no cenário globalizado. Neste contexto, os meios de comunicação assumiriam um papel organizador importante, como um “dispositivo” de controle *foucaultiano*.

O código televisivo, diferentemente do modelo clássico emissor-receptor, conduziria a uma forma de gerenciamento social segundo a relação falante-ouvinte.⁴ O diálogo ou a troca simbólica, a situação real e a concreta da comunicação humana são, neste caso, totalmente excluídas ou, na melhor das hipóteses, simuladas: “a forma de poder exercido pela TV decorre de sua absoluta abstração com respeito à situação concreta e real da comunicação humana. Nesta abstração baseia-se o controle social do diálogo” (Sodré, 1977, p. 22). Tal controle, embora tenha como finalidade uma “disciplinarização” coletiva, acontece de maneira invertida ao *panóptico* de Bentham, fazendo do público um *voyeur*, um consumidor conivente ou simples “engrenagem” de um sistema de vigilância. O completo ajuste social, neste caso, se dá na confirmação da condição passiva do Brasil como país consumidor – e não produtor de bens culturais.⁵

No percurso iniciado na década de 1970 até os dias atuais, observa-se a ocorrência de mutações conceituais importantes delimitando o fenômeno da imbricação da cultura com os dispositivos técnicos de comunicação. Apesar destas mudanças, algo permanece inalterado, quase como uma marca ou assinatura de seu pensamento: a dimensão crítica – política – da teoria, estando também presente nos variados assuntos tratados por Muniz Sodré.⁶ Neste trajeto, pode-se depreender um conjunto de problemas enviesado pela preocupação com o social, quais sejam: *i*) a *epistème* comunicacional; *ii*) a “midiatização” e seus vetores – Estado e empresas privadas, imiscuídas com os conglomerados multimidiáticos; e *iii*) as “formas sociais” excluídas do projeto moderno civilizador. A seguir, serão descritas, brevemente, cada uma destas problemáticas.

1. *Epistème* comunicacional: diz respeito à estrutura cognitiva para os estudos de mídia. Esta é uma preocupação bem recente dos escritos de Muniz Sodré e acompanha as próprias exigências do campo por uma clara definição. Segundo Sodré (2007), é possível uma inteligibilidade – uma

4. “Pode-se ‘ver’ até mesmo a lógica da dominação, mas cada vez menos se pode efetivamente trilhar caminhos de libertação, pois o poder consiste precisamente nessa visibilidade difusa, nessa excessiva clareza controladora, nesse liberacionismo simulador” (Sodré, 1984, p. 128).

5. Provém disso a constante preocupação de Sodré com as teorias da recepção, do consumo e do hibridismo, marcantes nas “escolas” latino-americanas de comunicação.

6. Sodré não se limitou à análise da mídia, dedicando-se a uma infinidade de outros temas, entre eles: cidadania, educação, violência urbana, movimentos sociais etc. Entretanto, convém lembrar que estes problemas – ou qualquer outra abordagem do tipo sociológica – não podem ser analisados, hoje, independentemente da presença dos dispositivos técnicos de comunicação.

metodologia de pesquisa – e uma autonomia comunicacional – não um estudo de sociologia ou psicologia da comunicação, mas um estudo de comunicação.⁷ Ele sugere um modelo tripartite: *i*) descrições funcionais do dispositivo, por exemplo, o sistema televisivo ou telemático; *ii*) relações entre este dispositivo e seu contexto socioeconômico-cultural – as mediações “não técnicas”; e *iii*) o olhar reflexivo e a sensibilidade do pesquisador na descrição deste cenário, uma espécie de hermenêutica da existência mediatizada. O campo acolheria, portanto, descrições das relações humanas mediadas, constituindo um grande mapa das experiências sociocomunicacionais. Acresce-se, ainda, a vigilância crítica epistemológica, algo como uma sociologia do conhecimento comunicacional, em que transpareceria o *status* político da pesquisa: uma orientação ética – rumo às liberdades humanas – ou mercadológica – apologia à técnica e à formação de mão de obra especializada.

2. **Mediatização:** diz respeito ao “funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia” (Sodré, 2007, p. 17). Neste contexto, concentra-se grande parte das reflexões de Muniz Sodré sobre a influência do sistema midiático na organização da sociedade, como as políticas de “branqueamento” na mídia, responsáveis pela perpetuação do racismo e da violência; as campanhas publicitárias de celebração do hedonismo e da apatia política – a “teleorganização” da vida; a constituição de atmosferas “estéticas”, sensoriais, que viabilizam certo encaminhamento político – o caso de *As estratégias sensíveis*, de 2006 – etc. Tais fenômenos estão implicados na hipótese do “*bios* virtual ou midiático”.
3. **Vinculação:** refere-se à “problemática do ser-em-comum ou das trocas simbólicas” (Sodré, 2002, p. 234), presente nas atividades dialógicas e afetivas do homem, em que intervém o vínculo e as ações vinculantes de natureza “sociável” e não “societais”, civilizatórias. Para Sodré, os estudos de comunicação não se esgotam nos estudos de mídia, ao contrário, requisita a centralidade da condição humana, da sociabilidade, do *pathos*, como componente importante, senão como objeto privilegiado, da comunicação. O vínculo pode ser facilitado pelo uso técnico da mídia; em todo caso, supõe-se a sua eventualidade nas relações humanas atuais, em que impera o indivíduo abstraído da comunicação.

Tendo em vista esse núcleo de problemas que conceitos como o código televisivo – acoplado ao código da cultura de massa – é ampliado para a “tecnocultura”, “organização telerrealista” (1984), “organização militar” (1992) e, finalmente, para

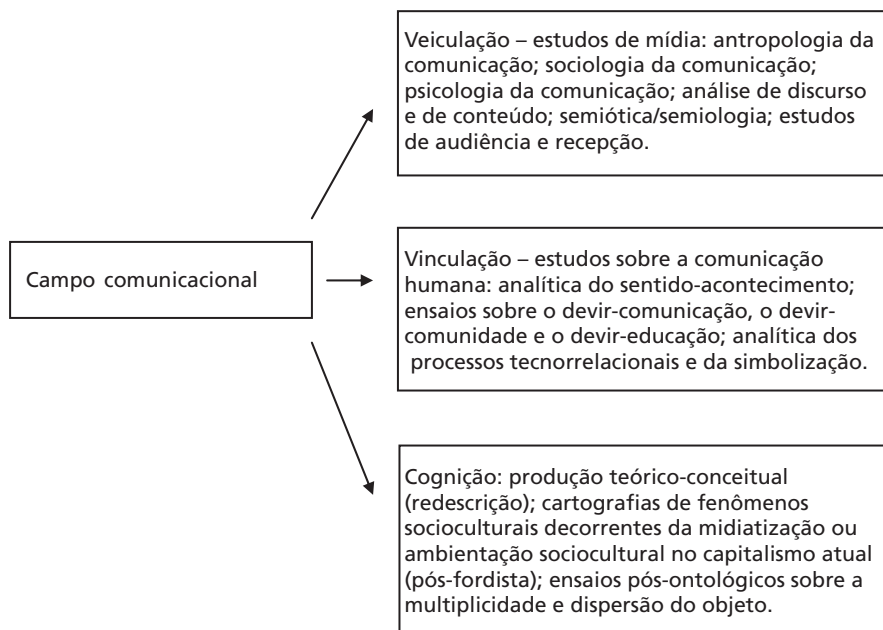
7. Para tal autonomia, Sodré diz ser necessário um objeto da comunicação, como já dito, o vínculo social.

o *bios* midiático, sendo esta última a forma conceitual mais bem acabada para o modo como Sodré supõe a ação da mídia sobre a sociedade e a cultura contemporânea – midiaticização.

O “*bios*”, seguindo a filosofia aristotélica, é um “gênero qualificativo, um âmbito onde se desenrola a existência humana, determinado a partir do Bem (*to agathon*) e da felicidade (*eudaimonia*) aspirados pela comunidade” (Sodré, 2002, p. 25). Para Sodré, o *bios* midiático ou virtual, constitui um quarto gênero de existência (*bios*) na *pólis*, em que preside a “vida dos negócios” – ao lado dele há ainda outros três *bios*: *theoretikos* (vida contemplativa); *politikos* (vida política); e *apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo), observados há mais de 2 mil anos por Platão e Aristóteles. O *bios* midiático, pouco expressivo na Grécia antiga, aparece no horizonte humano devido a uma circunstância histórica específica: extensão do mercado à esfera da vida – das relações sociais – e grande avanço nas áreas de informática e comunicação, exigência do próprio capital.⁸

FIGURA 1

Eixos da pesquisa em comunicação



Fonte: Sodré (2002; 2007).

8. Sodré utiliza também outra metáfora para o *bios* midiático, considera-o uma “terceira natureza” do homem, construída sobre uma “segunda natureza” – ética, cultura –, que por sua vez se constrói sobre uma primeira, a natureza biofísica.

3 REDESCRIÇÕES

Antropologizar o espelho? Etnografar a mídia e o que ela reflete – os indivíduos? Em que consiste o “método” de Sodré, por ele denominado “uma antropologia ético-política da comunicação”? (Sodré, 2001b). Trata-se de compreender a estrutura da ação humana diante da contingência. Todo tipo de agir humano consciente, racional se faz segundo certos valores morais que dão a ele um sentido. Assim, em toda sociedade, observa-se a preexistência de um quadro de referência transcendente que faz a mediação do homem – seu agir individual – com o mundo. Com este quadro em mente que uma ação será avaliada, valorada, quer dizer, será socialmente vista – pelo homem e pelo grupo – como uma ação positiva (boa) ou uma ação negativa (má). Dedicar-se à família e não se entregar aos prazeres da libertinagem, por exemplo, são consideradas ações positivas no quadro dos valores cristãos tradicionais. A atual sociedade ocidental, entretanto, vem transformando os valores tradicionais, esvaziando-os de sentido pela saturação de modelos de vida que ela oferece – a vida se torna, portanto, mais contingente.

Embalados pelo mercado, valores como o protagonismo individual, o hedonismo, a ganância, entre outros, que estimulam a prática do consumo, vêm se colocando como padrões – disponíveis – a serem seguidos – consumidos. A positividade destes valores é enfatizada na mídia, praticada em programas, filmes e seriados de TV, tanto quanto valorizada em tramas de telenovelas e revistas especializadas.

O fato é que, se antes a personalidade do homem era construída a partir de pessoas próximas ao seu núcleo familiar, como amigos, colegas de profissão, hoje, os estereótipos e os valores propalados pela mídia também influenciam. E a mídia, como reitera Sodré (1996; 2002), é a “boca do mercado”, pois fala em nome do mercado e em uma linguagem que soa familiar.⁹ É evidente que a influência da mídia encontra muitas resistências no público – há muitas outras mediações, negociações simbólicas –, mas não se pode negar o poder que ela possui em investir com tais valores. O monitor de TV ou de computador, como lembra Sodré, é como uma janela onde, antigamente, as pessoas viam a vida acontecer. A diferença é que, antes prosaicos agora os eventos acenam espetacular ou pirotécnicamente para a participação imaginativa – subjetiva – do espectador.

Existe, de fato, uma idealização da vida pela mídia, mas a questão, contudo, é pensar o momento em que se abdica de um conjunto de valores e se adota outro. Há um grande impasse no que diz respeito à passagem do plano do discurso – por exemplo, a retórica da mídia – à ação concreta no mundo “real-histórico”, àquele

9. A ideia de espelho reside justamente nisso, pois a base de informações para a produção destes padrões ou estereótipos provém de pesquisas estatísticas sobre a preferência do consumidor. É desse modo que Sodré observa a prevalência do sujeito e da tendência da mídia para a produção de narcisos.

instante de decisão entre acatar os preceitos da moral vigente – consagrados pelo mercado, em que a prioridade é o *eu*, o sucesso individual – ou rechaçá-los em nome da comunidade – em que a prioridade é o outro, a família, o coletivo. Muitos estudos do século XX dedicaram-se à descoberta do limite ou das motivações para tal escolha; muitas áreas do conhecimento foram articuladas, entre elas, a sociologia, antropologia, psicologia, neurociência; e muitos foram os conceitos utilizados para circunscrever o fenômeno, como alienação, ideologia, mediação, carisma, inconsciente.

Desconfiado de que as explicações tecnicistas pudessem roubar a cena, Sodré apostou no anacrônico homem e seus mecanismos de troca, tais como a simbolização.

Simbolizar quer dizer, na realidade, trocar. O que se troca? Não é a natureza pela convenção, como faria crer qualquer argumento sofisticado (instrumentalizando o símbolo, pondo-o como um meio de comunicação a serviço de uma vontade fundadora), mas uma convenção por outra, um termo grupal por outro, sob a égide de um princípio estruturante que pode ser o pai, o ancestral, deus, o Estado, etc. É o símbolo que permite ao sentido engendrar limites, diferenças, tornando possível a mediação social (Sodré, 1983, p. 47).

É esse momento da simbolização, da troca ou negociação simbólica – em que o vínculo se faz presente –, que interessa a Sodré. Circunstâncias históricas e elementos situacionais podem servir de condições para sua emergência, o que não dirime o grau de incerteza de sua ocorrência. É possível, no entanto, interessantes investigações a partir da observação destas condições associadas à posição antropológica como hermenêutica da ação – e do sentido – imanente, aparecendo como estratégia metodológica importante para compreender as diversas estruturas e regimes simbólicos que hoje comandam a ação humana – ver modelo tripartite, tratado anteriormente.

Se nem todas as questões podem ser respondidas, ao menos se abre uma ocasião incomum para se avaliar a pertinência da objetividade – e da neutralidade – científica para a análise de um “objeto” paradoxal como a comunicação, que atravessa dois planos – o virtual e o real-histórico, o eu e o outro – sem pertencer efetivamente a nenhum deles. Assim como caracterizou Foucault acerca do poder: ele não está em demasia naqueles que o exerce, nem falta àqueles sobre o qual o poder é exercido; não se pode quantificar o poder, nem dividi-lo entre um sujeito e um objeto, já que sua materialidade existe apenas como relação (Foucault, 2007).

A proposição do vínculo, nesse caso, recupera a natureza relacional da comunicação e, por consequência, aponta para um *modus operandi* de investigação, ou seja, a descrição da circunstância e da situação, de uma escolha, por exemplo. Evita-se, como diz Foucault, qualquer teoria da comunicação – teoria, no sentido

literal da palavra, supõe uma separação entre sujeito e objeto –, de modo que, no máximo, se teria uma análise da comunicação – análise das condições de emergência, seus mecanismos e funcionamento.

A novidade trazida por Muniz Sodré para a investigação da “eticidade” contemporânea, ou melhor, da “ética social imediata” (Sodré, 2002, p. 46), responde a essas exigências a partir da proposição descritiva e instrumental conhecida da antropologia. A descrição consistente da lógica operante da estrutura, entretanto, não objetiva a descoberta de uma verdade, como faria supor qualquer argumento metafísico, mas a busca pragmática de um consenso sobre as práticas sociais contemporâneas implicadas na mediação.

Eu acredito na possibilidade de uma ciência da comunicação, se eu ponho ciência não no sentido positivista, ou puramente empirista, experimentalista. Mas sim como um discurso articulado, coerente, que é capaz de produzir um discurso equilibrado, com um consenso razoável sobre o funcionamento social. Ciência social para mim é mais nesse sentido, não é nada que se deduza geometricamente ou matematicamente. É o discurso de equilíbrio, de consenso (Sodré, 2001a).

Essa busca pragmática por um consenso trata-se de “redescrever” o mundo, tal como defendeu o neopragmatista Richard Rorty, o que implica a produção inventiva de “conceitos” não enquanto verdadeiros, mas úteis para a transformação do mundo. A redescritção realizada por Rorty, cujo objetivo era a ressurreição de “filósofos esquecidos” para torná-los ainda mais “perigosos”, contém implicitamente um componente político, o desejo de mudanças. Rorty acreditava que a busca pela *verdade* era incapaz de qualquer transformação efetiva, pois apenas produziria a replicação do *mesmo*: recognições e reconhecimentos.¹⁰

É preciso lembrar que os valores morais vigentes foram um dia constituídos pelo discurso e alcançaram um consenso social que permanece até hoje. Se estes valores morais estão até hoje atravessando um período de transitoriedade e incerteza, há grandes chances de um outro discurso ou um outro conjunto de valores – desde que redescritos – assumam o seu lugar. A antropologia praticada neste sentido é obrigatoriamente ética e política, pois se posiciona favoravelmente à abertura de horizontes para além daqueles possíveis ou imagináveis.

3.1 Agenda *setting* redescrita

Muniz Sodré possui um estilo singular, verificado em sua escrita ácida, certa, mas, sobretudo, redescritiva. A sua noção de cultura constituiu uma reformulação original que possibilitou novos horizontes – de ação prática e interventora,

10. Pensadores de outras filiações praticam essa atividade, porém a nomeiam distintamente: Gilles Deleuze, por exemplo, seguindo uma tradição empírica, a ela se refere como “conceituação” e aponta como a principal atividade da filosofia; Sodré e Jean Baudrillard assumem esta postura em seus ensaios literários, em que são perceptíveis as “intervenções na esfera das práticas que orientam a reflexão sobre os acontecimentos do mundo” (Yamamoto, 2012, p. 254).

inclusive – às pesquisas comunicacionais. Há outros casos igualmente interessantes, mas, por ora, serão analisadas três redescrições – contidas em sua obra denominada *Antropológica do espelho* – que, juntas, apresentam um programa consistente de pesquisa, com destaque para as formas de resistência social na midiaticização. Este programa se articula em três eixos: *i)* a hipótese de uma “qualificação” da vida social pelos meios de comunicação, e a midiaticização – decorrente da hipótese redescrita da *agenda setting*; *ii)* os mecanismos capazes de resistir a este processo – decorrente de uma *hexis* redescrita; e *iii)* a investigação sobre a natureza do suposto “objeto” comunicacional – decorrente da descrição do conceito de comunidade.

No círculo acadêmico, a hipótese da *agenda-setting* é conhecida, pois a mídia pautaria os eventos dignos de serem levados em consideração; ela não diz “o quê” nem “como” fazer, mas impõe sub-repticiamente o elenco das coisas que “devem ser feitas”, à escolha presumidamente “livre” do público. A hipótese, segundo Sodré (2001b, p. 115), é pertinente, uma vez que se comprova, em certos casos, a função de agendamento, mas insuficiente como explicação geral, pois não d  conta do por qu  nem de quando a agenda será aceita.

Esse gesto redescritivo tem início quando Sodré constata a inexistência de uma constante ou qualquer determinismo do tipo causa e efeito no poder “agendador” da eticidade midiática, embora seja acertada a ação “qualificativa” da vida pela m dia.

Certo mesmo é o fato da requalificação ou afetação do mundo histórico pela realidade discursiva da m dia. Afetação não significa total absorção da forma de vida tradicional pelo *bios* midiático, o que equivale a dizer que o “midiático” é apenas aquela parte de um fenômeno que a tecnocultura “ilumina”, deixando fora deste foco partes em geral muito importantes, mas não adequadas à imagem ou não afinadas com o jogo das aparências sociais. Isto pode variar segundo os diferentes momentos de uma mesma forma social ou segundo a variedade das características de cada sociedade (Sodré, 2001b).

Além disso, Sodré incrementa a hipótese – cobrindo a insuficiência apontada – ao estruturar, ao modo marxista, os dois vetores que tra am este *bios* configurando aquilo que ele denomina *ethos* midiaticizado da seguinte maneira.

1. A tecnologia informacional, ou seja, a “infraestrutura” técnica que “sustenta” este *ethos*, as condições materiais que permitem sua estruturação. Parte disso sua reflexão sobre a atmosfera percepto-sensorial típica de dispositivos comunicativos como a TV e a internet, atuando na “inferência automática do sistema nervoso”, na “reatividade sensor o motor” que o corpo humano é obrigado a responder quando posto em contato (Sodré, 2002, p. 126).
2. A moral afinada com os interesses econômicos do *mercado*, ou seja, a “superestrutura” ou o *ethos* propriamente dito, os valores – morais – que presidem este ambiente.

Sodré estende a hipótese da “*agenda setting*”, afirmando o poder “prescritivo” da mídia. Tal como uma receita médica, a mídia diz o que se deve fazer, mas não obriga a fazê-lo. Produz sugestões, não reflexos condicionados. Curioso, entretanto, é perceber a coincidência de valores morais existentes no *bios* midiático e aqueles perpetuados pelo mercado, no modo de vida neoliberal, que valoriza o hedonismo, o individualismo, o consumo insaciável e a indiferença, em detrimento dos valores republicanos, ético-comunitários – o bem-estar coletivo, o respeito e a responsabilidade ao *outro*, às coisas públicas, mas, principalmente, às diferenças.

Nesta atmosfera doutrinária e emocional, predomina um universalismo democratizante baseado em critérios de prazer ou de felicidade individual, que estimula o autocentramento egóico, típico do individualismo moderno, e a reconfirmação da identidade pessoal pelos múltiplos “espelhos” (as telas, as vitrines, as imagens de consumo) armados pela tecnocultura. Uma “boa” ação individual tende aí a depender muito mais da repercussão midiática (portanto, o reconhecimento narcísico no espelho) do que de motivações solidaristas avaliáveis por princípios de comunidade (Sodré, 2002, p. 75).

Segundo Sodré, fazer frente a estas “iluminações” do mercado, constitui uma prática ético-política rumo à liberdade. Mas é uma tarefa que exige habilidade redescritiva, força transvalorativa de um leão nietzscheano ou inocente capacidade inventiva – e de esquecimento – de uma criança.

3.2 *Hexis* redescrita

Hexis, em grego, designa *disposição*. Poderia muito bem ser interpretado, como o fez Pierre Bourdieu, como *habitus*, estrutura rígida, estável, que orienta os costumes de uma dada formação social. A segunda redescrição de Sodré ocorre justamente a partir disto. Embora Aristóteles faça, nas “categorias”, uma distinção entre *hexis* (disposição) e *diathesis* (estado),¹¹ esta diferença desaparece no *corpus* ético aristotélico – *Ethica Eudemia* e *Ethica Nicomachea*. Nestas duas obras, *hexis* e *diathesis* são tomados praticamente como sinônimos, decorrendo uma dupla interpretação para *hexis*: fatalidade ou possibilidade de mudança?¹²

11. No capítulo 8, Aristóteles (1973) afirma que a *hexis* é mais estável que *diathesis*, um estado mais difícil de modificar. Pode-se supor que a base do conceito de *habitus* em Bourdieu tenha como referência também a *hexis*, porém reinterpretada a partir de uma outra leitura de Aristóteles.

12. Para Hobuss (2010), o conjunto da obra de Aristóteles dá margem para essa dupla interpretação. Em muitos trechos da obra *Ética*, mas também em *Retórica* e *Política*, observa-se o intercâmbio entre *hexis* e *diathesis*, o que impede uma tese determinista em Aristóteles: “é possível que de bons nos tornemos maus, e que de maus nos tornemos bons (...) pois até mesmo Deus e o homem bom (*spoudaios*) são (*proairesin*) que os homens maus são assim chamados” (p. 228).

A opção de Sodré é pelo segundo uso que Aristóteles faz do termo em sua ética. Não como virtude no sentido de uma segunda natureza, um argumento que sustenta teses deterministas, mas como sinônimo de diathesis, “estado”, o que não significa, necessariamente, permanência absoluta.

Hexis é a possibilidade de instalação da diferença na imposição estaticamente identitária do *ethos*. O sujeito se apropria dos costumes herdados e tradicionalmente reproduzidos (portanto, concretamente, da moral, socialmente condicionada e limitada) com disposição voluntária e racional de praticar atos justos e equilibrados dirigidos para um bem, uma virtude, um dever-ser, ou seja, tudo aquilo que reforce a recomendação socrática de evitar a prática de ações com as quais não se possa conviver e assim capaz de ganhar um potencial de liberdade e criação (Sodré, 2002, p. 84).

Ao fazer isso, Sodré dá um grande salto. A noção de *hexis* aristotélica deixa de ser costume, *habitus*, que atua consoante à moral vigente, e passa a designar a instauração de uma diferença, caminho que ele já havia “traçado” em sua definição ortoestrutural de cultura e cuja possibilidade é dada na “simbolização”.¹³ Isto permite o “renascimento” da ética não como resultado – moral –, mas como horizonte de reflexão, condição de um *devoir*-minoritário. Nas palavras do autor:

Em geral, os ataques intelectuais à problematização da ética decorre do desconhecimento do que signifique propriamente a questão. Por confusão histórica, desde que Kant transferiu-se da esfera do sagrado para a da razão prática, entendem-na como um resultado (portanto, como um produto, algo que ela se elabora ou se formula socialmente, a exemplo de uma moralidade) e não como uma condição que possibilita a abertura de horizontes humanos (Sodré, 2002, p. 172-173).

Para Sodré, educação e comunidade constituem os únicos conceitos capazes de construir efetivamente um horizonte de transformação. A educação, desde tempos imemoriais, consiste na inserção do indivíduo na comunidade por meio da transmissão das verdades e dos saberes do grupo. A base ética, neste processo, transparece como aprendizado do inatual, quer dizer, daquilo que não se limita a uma demanda contingente do mercado – como aquele praticado pelo ensino técnico, voltado exclusivamente à formação de mão de obra especializada –, acenando positivamente para a formação crítica e solidária do homem.

Educação, portanto, é fala, transmissão de um conteúdo, um discurso, um pensamento de natureza ética. Depende, porém, de um outro componente: a abertura do sujeito, o acolhimento do outro.

13. De fato, Sodré reitera o valor da cultura na inserção da diferença no *ethos*: “cultura pode ser entendida como forma originária de abordagem do real (a singularidade, incomparabilidade) de um grupo determinado, transcendência, liberdade ou agregação de valor humano ao já estabelecido pelos recursos funcionais ou instrumentais do *ethos* – portanto, *hexis*, ética” (2002, p. 86).

3.3 Comunidade redescrita

Com a redescrição do conceito de comunidade, o processo da comunicação proposto por Sodré finalmente se completa. Pois, de nada adiantaria um discurso de fundamento ético – implícito no processo educacional – se ele se depara com a indiferença ou o fechamento do indivíduo. Necessita-se, portanto, de um conceito capaz de abrir o indivíduo, vinculá-lo ao outro em uma cadeia de reciprocidade, responsabilidade e compromisso. Para Sodré, a resposta está na comunidade. Entretanto, deve-se redescrevê-la. Não se trata mais de concebê-la como um espaço físico, mas “um tipo específico de relação intersubjetiva, que pode acontecer no interior da sociedade individualista moderna, de maneira velada ou esporádica” (Sodré, 2002, p. 195).

(...) é preciso dessubstancializar a comunidade, entendendo-a como o imaginário de um modo de organização do agrupamento humano, seja espontâneo, auto-revelado ou teoricamente formulado por pensadores. Sempre implicou a palavra, entretanto, a idéia de força do comum, um poder simultaneamente diferenciador e identificatório, que a sociologia ligou no século XIX às noções correntes de família, aldeia, povoado, pequenos grupos, associações (Sodré, 2002, p. 194).

A influência do filósofo Roberto Espósito é evidente neste trabalho, quando Sodré faz uso do conceito de comunidade – do latim *communitas*, palavra formada por dois radicais *cum* (o que reúne/o eu e o outro) e o *munus* (dever, obrigação, dívida) –, ele se refere, assim, à ideia de “pôr uma tarefa em comum”, ou seja, dispô-la como possibilidade de realização a mais de um. Não é uma substância comum – território, etnia, costumes, ideais políticos etc. – que é compartilhada na comunidade, é uma dívida com o outro impessoal – os ancestrais, o pai fundador.

O ser-em-comum da comunidade é a partilha de uma realização, e não a comunidade de uma substância. Quer dizer, não se define como um estar-junto num território, numa relação de consanguinidade, numa religião, mas como um compartilhamento ou uma troca (Sodré, 2002, p. 224).

Assim compreendida, a comunidade deixa de ser um lugar físico, tornando-se pura relação, porém não qualquer relação, mas uma relação de dívida. Sabe-se que em tal situação haverá indivíduos “esvaziados” mas mantidos juntos por uma relação de dívida recíproca.

Sabe-se que os laços mais consistentes, aqueles carregados para toda a vida, são também os mais pesados, os mais difíceis de se manter em uma sociedade solipsista que valoriza o sucesso individual. Estes laços demandam responsabilidade e compromisso com a cadeia geracional – as gerações passadas, mas principalmente as futuras. A vida contemporânea, sob a égide do *mercado* e dos modelos consagrados pela mídia, tudo faz para *imunizar* a sociedade desta dívida. Um recomeço é sempre possível, é verdade, e sempre bom, pois evita a totalização e a morte por asfixia na comunidade. Mas o imperativo de um tal recomeço, diz Sodré, nunca se faz individualmente, mas em comunidade.

Comunidade redescrita é, em resumo, uma abertura existencial; sua materialidade é o vínculo. Resultando disso outro conceito importante, mas do qual será feita uma ligeira referência neste trabalho: o sujeito da comunicação. Para Sodré, trata-se de um ser relacional, incompleto, diferente daquele constituído por uma subjetividade clássica – unificada e autocentrada –, advinda de uma concepção acabada de homem como produto da alma ou do espírito. O sujeito da comunicação é aquele que vive, apalpa, sente e experimenta efetivamente a comunicação. Não aquele que disseca e metrifica, que analisa cirurgicamente o discurso midiático, sob a alegação exigente de uma suposta neutralidade científica.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Abril Cultural, 1973.
- DELEUZE, G. **Conversações, 1972-1990**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- HOBUSS, J. Sobre a disposição em Aristóteles: hexis e diathesis. **Dissertatio**, Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Pelotas, n. 31, p. 221-233, 2010.
- SODRÉ, M. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1977.
- _____. **A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983.
- _____. **A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Cortez, 1984.
- _____. **O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia**. São Paulo: Cortez, 1992.
- _____. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- _____. Objeto da comunicação é a vinculação social. Entrevista. **PCLA**, Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Paulo, v. 3, n. 1, out./nov./dez. 2001a.
- _____. Sobre a vida anunciada. **Revista galáxia**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo v. 1, n. 2, p. 113-120, 2001b.
- _____. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- _____. **A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil**. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

_____. Sobre a epistème comunicacional. **Revista matrizes**, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, v. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

YAMAMOTO, E. Y. Um novo antropólogo. **Revista de estudos da comunicação**, v. 13, p. 47-56, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RORTY, R. **Pragmatismo**: a filosofia da criação e da mudança. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

SODRÉ, M. **A comunicação do grotesco**: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1971.

_____. Tempo real e espaço virtual exigem uma nova teoria da comunicação. Entrevista. **Ciberlegenda on-line**, Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, n. 6, 2001.

_____. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

JOSÉ MARQUES DE MELO: O CONSTRUTOR DO CAMPO COMUNICACIONAL *

Maria Cristina Gobbi**

1 INTRODUÇÃO

Com formação em jornalismo e em direito, detentor de vasta e diversificada obra, José Marques de Melo dialoga no campo comunicacional em um misto entre a teoria e a práxis, especialmente no campo do jornalismo, sua grande paixão como objeto de estudo científico. É, em essência, o pesquisador e produtor comunicacional contemporâneo mais conhecido da América Latina, assim como do espaço lusófono, como bem afirmou Sousa (2010). Nosty certifica que:

o professor Marques de Melo é amplamente conhecido na América Latina, assim como nos meios acadêmicos espanhóis. Por muitos anos, Marques de Melo foi praticamente a única referência em nosso país do pensamento brasileiro de comunicação e o principal arquiteto das iniciativas que se cristalizaram no estabelecimento de estruturas de relacionamento estável entre pesquisadores da Espanha e do Brasil (Nosty, 2009, p. 19, tradução nossa).¹

Assim, este texto não poderia abarcar toda a produção do professor Marques de Melo, suas múltiplas facetas comunicacionais e a sua capacidade inesgotável de produção. Sendo assim, esta pesquisa já nasce carecendo de complementação. Ela objetivou traçar, em linhas gerais, pontos importantes do perfil comunicacional, quer como jornalista, professor ou incentivador de toda uma geração deste pesquisador. No total, são mais de cinquenta anos

* A autora agradece a oportunidade de mais uma vez ler, rever e visitar a produção acadêmica de José Marques de Melo e assim reviver as alegrias e o crescimento intelectual propiciados por ele. Agradece ainda por ter estado ao lado de José Marques de Melo, ilustre professor, nos anos de convivência acadêmica e poder reforçar que além dos ensinamentos recebidos, a sua escola foi principalmente amparada por seus exemplos.

** Pesquisadora, vice-coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista (UNESP) e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na mesma instituição; coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); diretora administrativa da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom); e coordenadora do Grupo de Trabalho Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Endereço eletrônico: <mcgobbi@terra.com.br>.

1. "La figura del profesor Marques de Melo es ampliamente conocida en América Latina. También en los ámbitos académicos españoles. Durante mucho años, Marques de Melo era prácticamente la única referencia en nuestro país del pensamiento brasileño de la comunicación y el principal artífice de las iniciativas que han cristalizado en el establecimiento de estructuras de relación estable entre los investigadores de España y Brasil".

de atividades ininterruptas e produtivas. Para abranger toda a sua produção, seriam necessários vários tomos, e mesmo assim, ainda se correria o risco de não contemplar algum trabalho.

Marques de Melo é considerado um semeador de ideias, articulador de projetos, produtor intelectual incansável, incentivador de talentos acadêmicos, organizador infatigável de entidades, idealizador e estruturador de departamentos de jornalismo e escolas de comunicação, metódico realizador na área da bibliografia e documentação, principalmente em jornalismo, professor, pesquisador, formador de um contingente de profissionais e acadêmicos, entre tantas outras ações associadas a ele.

Com mais de 50 anos de atividades profissionais, caminhando, principalmente, entre o jornalismo e a pesquisa na área da comunicação, o mestre Marques de Melo tem provocado gerações com seus desafios. Portanto, em uma tentativa de escrever de forma breve mais de meio século de experiência, optou-se por dividir o material apenas em duas facetas: o jornalismo e o cidadão.

2 O JORNALISMO: ENTRE A MEMÓRIA E A VANGUARDA

2.1 Traço pessoal

O pensamento jornalístico de Marques de Melo nasce de sua paixão pela leitura, iniciada ainda na infância. A biblioteca pública de Santana do Ipanema, cidade onde passou sua infância e parte da adolescência, fundada na década de 1950, era um “oásis cultural para toda uma geração de crianças e adolescentes sertanejos, antes condenados à inanição intelectual pela ausência de fontes de conhecimentos acessíveis a toda a coletividade” (Melo, 1999).

Além disso, a famosa conferência de Rui Barbosa – *A imprensa e o dever da verdade* em Salvador, na escola Abrigo dos Filhos do Povo, em 1920 – também contribuiu para despertar no então menino Marques de Melo a vocação para o jornalismo. E imediatamente ele caminhou da reflexão para a ação.

Passando a viver em Maceió, dei os primeiros passos noticiosos, refundando o jornal do Colégio Batista Alagoano, onde fazia o curso científico. Pouco tempo depois foi convidado para ser redator-chefe da *Tribuna do Secundarista*, editado pela União Estadual dos Estudantes (UEE) (Gobbi, 2000, p.19-20).

A atuação profissional de Marques de Melo no jornalismo teve início em 1959, quando começou a escrever para os jornais diários de Maceió – *Gazeta de Alagoas* e *Jornal de Alagoas* –, onde nasceu. Ele tinha apenas 16 anos e já era uma espécie de “correspondente do interior”, fazendo reportagens e escrevendo artigos sobre acontecimentos locais. “Meus escritos (...) eram um misto de jornalismo-denúncia e de ufanismo-municipal. Alguns deles criaram polêmicas comunitárias.

Eu procurava seguir à risca os conselhos de Rui Barbosa. Aprendi cedo que a verdade incomoda, desagradando muita gente” (Gobbi, 2010, p. 17).

Em 1960, por uma série de reportagens sobre bandas de música do interior, Marques de Melo foi contemplado com seu primeiro prêmio, durante a V Semana Nacional do Livro. Logo depois se mudou para o Recife e em 1961 começou a cursar jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), que iniciava sua primeira turma.

Aí completei a formação profissional, guiado por jornalistas competentes como Luiz Beltrão, Costa Porto e Sanelva de Vasconcelos. Aprofundei bastante meu acervo humanístico, orientado por mestres eruditos, entre eles, Amaro Quintas, Manuel Correia de Andrade, João Alexandre Barbosa, Padre Mosca de Carvalho (Gobbi, 2010, p. 17).

Em Pernambuco, foi repórter *free lancer* no jornal *Diário da noite*, nas edições Nordeste do jornal *Última Hora*, e nas edições recifenses do *Jornal do commercio*. Neste último, publicou a reportagem *Revolução cassa no São Francisco Maria Fumaça*, que foi incluída na lista dos contemplados com o Prêmio Esso de Jornalismo de 1965.

Marques de Melo passa o ano seguinte de sua formação em jornalismo desenvolvendo atividades no Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), criado por Luiz Beltrão, e na UNICAP, quando surge então a possibilidade de participar de um curso de pós-graduação fora do país. O convite feito pelo professor Luiz Beltrão foi aceito. Marques buscava aperfeiçoamento para as novas atividades que realizava no instituto. E, assim, ele participa do VI Curso Internacional de Aperfeiçoamento em Ciências da Informação Coletiva, promovido pelo Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina (Ciespal), em Quito, Equador, no período de agosto a outubro de 1965, e defende dois tipos de trabalhos: a pesquisa teórica *Ciências da informação: classificação e conceitos*; e a pesquisa de campo *Um dia na imprensa brasileira: estudo comparativo de três jornais diários do Rio de Janeiro, Recife e João Pessoa*.

Os trabalhos habilitariam Marques de Melo a receber o título de pós-Graduado em ciências da informação coletiva. Era 1966 e nessa altura a sua carreira jornalística começava a se bifurcar. Como ele afirma em entrevista, “havia sido mordido pela mosca azul da pesquisa” (UMESP, [s.d.]).

O Brasil estava em pleno regime militar – e o jornalista não passou impune por este momento. Este e outros acontecimentos de ordem pessoal acabaram por marcar o destino de José Marques de Melo e definir sua opção de sair da região Nordeste em busca de novas oportunidades. “Eu me sentia oprimido pelo ambiente ameaçador instaurado no Nordeste pela ditadura militar. Como jornalista, aspirava preservar minha independência. Isso era difícil, senão impossível, no Recife, naquela conjuntura” (UMESP, [s.d.]).

E assim, em junho de 1966, à noite, Marques de Melo chega a São Paulo, trazendo na bagagem, principalmente, a energia sertaneja para o recomeço, marca sempre presente em sua vida. Como ele mesmo afirma, não era o primeiro nem o único a passar por este desafio. “A diáspora nordestina em São Paulo era composta por refugiados políticos e principalmente por exilados econômicos” (Gobbi, 2010, p. 21). Com todo o conhecimento, garra, experiência e formação intelectual trazidos na bagagem, teve oportunidade de trabalho, quase que de imediato, na próspera indústria jornalística paulista. E este foi só o início de suas atividades.

2.2 Produção jornalística

Para esboçar o mapa dos estudos de Marques de Melo, evidenciando os traços de seu pensamento jornalístico e as contribuições para o campo comunicacional, resgatou-se uma pesquisa feita pelo professor Jorge Pedro Sousa, em 2010, que foi atualizada e incorporada de outros “olhares” pela autora deste capítulo. Assim, pode-se dividir a produção deste jornalista em: estudos teóricos e práticos sobre o jornalismo; pesquisas na área da comunicação, especialmente aquelas ligadas à formação de um pensamento comunicacional na América Latina; investigações sobre folkcomunicação, além de outros trabalhos na área de ensino do jornalismo e da comunicação, telenovelas, televisão, imprensa, censura, ética e muitos outros temas. Porém, para atender o espaço disponível, a perspectiva abordada neste texto será apenas a faceta mais evidente do mestre Marques de Melo, que é sobre seus estudos em jornalismo.

As contribuições de Marques de Melo para o jornalismo podem ser encontradas em alguns de seus livros, entre eles: *Estudos de jornalismo comparado* (1972a); *História social da imprensa* (2003a) – reedição da tese doutoral *Sociologia da imprensa brasileira*, de 1974 –; *Jornalismo opinativo* (2003b) – reedição de *A opinião no jornalismo brasileiro*, de 1985 –; *Jornalismo brasileiro* (2003d); *Teorias do jornalismo: identidades brasileiras* (2006); *Jornalismo: compreensão e reinvenção* (2009a); e *História do jornalismo* (2012).

É importante reforçar, porém, que essa lista apresentada anteriormente representa um número muito pequeno dos relevantes aportes de Marques de Melo para a fundamentação, a consolidação e a divulgação do campo do jornalismo e da área da comunicação no Brasil e no exterior. Seus livros, suas coletâneas e suas outras publicações ultrapassam o número dos 150 volumes, sem contar os textos publicados em periódicos científicos e da área.

2.2.1 Campo de estudos sobre o jornalismo

A obra *Estudos de jornalismo comparado*, de 1972, traz o início das incursões de Marques de Melo neste campo, disponibilizando assim um importante instrumento pedagógico para o ensino e a pesquisa. Apontando o panorama da América

Latina, ele mostra a influência de Jacques Kayser para os estudos de jornalismo comparado, evidenciando as características estruturais dos diários publicados em um mesmo país, em uma nova modalidade de pesquisa, que primava pela análise morfológica de conteúdo e de informação, acontecimentos e outros fatos relevantes da imprensa diária.

Ainda nesse estudo, Marques de Melo dá as primeiras pistas dos delineamentos sobre a imprensa como fonte importante para as ciências humanas. Ele traz as análises de Gilberto Freyre sobre as notícias de escravos ou ainda as pesquisas de Octávio Tarquínio de Souza, em sua investigação sobre os ingleses no Brasil. Também contempla o trabalho de Amaro Quintas, que demonstra os jornais como fontes importantes de estudos historiográficos e sociológicos; Jerônimo Viveiro, que investiga a história do comércio do Maranhão, e, neste contexto, Delso Renault, “que procurou caracterizar a fisionomia cultural do Rio antigo, baseando-se exclusivamente em anúncios de jornais” (Sousa, 2010, p. 43).

No que tange aos estudos sociológicos, de psicologia social, antropologia, geografia humana e linguística, Marques de Melo assinala de forma contundente as contribuições de Gilberto Freyre, com seus estudos sobre os escravos, documentados em livros como *Casa Grande & Senzala* e *Sobrados e Mucambos*, apresentando uma inovação metodológica, em que a imprensa constituía fonte importante para as pesquisas. Arthur Ramos igualmente contribuiu com investigações que tinham como mote central a psicologia social, evidenciando as tendências e as opiniões do público utilizando como método a análise de conteúdo (Melo, 1972a, p. 35-39).

Do mesmo modo, Marques de Melo não esqueceu dos aportes de vários autores, como Florestan Fernandes na obra *Integração do negro à sociedade de classe*; Roger Bastide e sua obra *Imprensa negra do estado de São Paulo*, desenvolvidas entre os anos 1950 e 1960; bem como Hampejs Zdenek, que falou sobre a *Linguagem da imprensa brasileira* (1970) e Pedro Parafita Bessa, que trouxe as pesquisas sobre *Análise de conteúdo*. Além de Danton Jobim e suas investigações sobre a cultura brasileira.

Mas, sem dúvida, um dos grandes mestres de Marques de Melo nos estudos em jornalismo foi Luiz Beltrão, que além de ampliar o olhar do jovem jornalista para a profissão, trouxe a densidade da pesquisa científica como um campo profícuo de conhecimento, mostrando-o novos métodos de investigação.

Em todo o trabalho de Marques de Melo é possível observar que ele prioriza o jornalismo enquanto campo científico e técnico-profissional de estudos. Ele aponta, em uma visão ampla, que este campo do conhecimento, embora seja um dos mais férteis para os estudos na área da comunicação, é também fonte “para pesquisas de outras disciplinas, como a História, a Sociologia, a Psicologia

Social, a Antropologia, a Ciência Política, a Geografia Humana e a Linguística” (Sousa, 2010, p. 44-45), fazendo não somente incursões históricas pelos veículos de comunicação de massa, as produções e as rotinas, mas trazendo o pioneirismo de diversos pesquisadores brasileiros que, “ao longo do tempo, mostraram como os meios jornalísticos são relevantes objetos e fontes de pesquisa” (*idem, ibidem*).

Na ciência política, além de Gilberto Freyre com seus estudos sobre a transição da Monarquia para a República, Marques de Melo sugeriu revisitar Azis Simão, em seu trabalho sobre as relações entre sindicatos e Estado, e também José Albertino Rodrigues, com as pesquisas sobre os jornais operários, sindicatos e sua relação com o desenvolvimento do Brasil.

As contribuições do francês Jean Roche, do brasileiro Gilberto Freyre e do checo Zdenek Hampejs para o campo da geografia humana ficam evidentes nos estudos de Marques de Melo. Entre os diversos temas de pesquisa, evidenciavam os estudos das notícias de jornais e as interfaces para a manutenção da identidade cultural do Brasil. Também são destacados por Marques de Melo os estudos sobre linguagem, tendo Freyre e Hampejs como principais artífices, além de contribuições de Antenor Nascentes, Matoso Câmara Júnior, Rui Facó e Astrojildo Pereira.

O livro *Estudos de jornalismo comparado*, de José Marques de Melo, traz outra importante contribuição, pois trata-se do resultado da pesquisa sobre a imprensa diária de São Paulo, realizada em 1967. Além de trabalhar os conceitos de jornalismo informativo, disponibiliza, pela análise de conteúdo, “os diferentes modos de expressão da opinião no jornalismo brasileiro, as várias formas de retratar a violência e os diferentes tipos de violência sugeridos pela mídia do Brasil, as fontes e as origens das informações etc.” (Sousa, 2010, p. 44-45).

Os estudos comparados na imprensa são um grande reforço para o entendimento de que a investigação científica pode e deve ser feita de forma contextualizada e por meio de pesquisas quantitativas e qualitativas.

Outra característica marcante do professor Marques de Melo, presente em grande parte de suas publicações, é a valorização e o resgate de pesquisadores e centros pioneiros de pesquisa do campo da comunicação, no Brasil e na América Latina, em uma valorização do trabalho inicial, sem esquecer os pontos-chave das contribuições destes desbravadores para os estudos da área. No livro *Estudos de jornalismo comparado*,

Marques de Melo evoca, por exemplo, a ação do Ciespal na definição de linhas orientadoras da pesquisa em Comunicação na América Latina e as dádivas teóricas e metodológicas ao jornalismo de autores (nem sempre da área das Ciências da Comunicação) como: Gilberto Freyre, Carlos Obracker Jr., Florestan Fernandes, Roger Bastide (professor francês da USP), Arthur Ramos, Aníela Meyer Ginsberg, Ecléa Bosi, Domingos Vieira Filho, Vicente Salles, Waldemar Valente, Azis Simão,

José Albertino Rodrigues, Paula Beiguelman, Jean Roche (o já referido pesquisador francês que elaborou um estudo sobre a colonização alemã no Rio Grande do Sul usando a imprensa), Zdenek Hampejs (o linguista checo, também referenciado anteriormente, que analisou linguisticamente a imprensa brasileira), Pedro Perafito de Bessa, Danton Jobim, Luiz Beltrão e o francês Jacques Kayser (Sousa, 2010, p. 46).

O livro sobre jornalismo comparado é outra grande contribuição do professor Melo, por ser a sistematização de cem obras que trazem entre outros aspectos do jornalismo “subsídios metodológicos para a análise morfológica e de conteúdo” (Melo, 1972a, p. 57-63).

Outro contributo importante para os estudos e a práxis do jornalismo pode ser encontrado na publicação *Jornalismo brasileiro*, de 2003, em que Marques de Melo caracteriza a identidade do jornalismo brasileiro a partir de seus itinerários, seus personagens e suas polêmicas. Os apontamentos, as análises, os comentários e as informações dos textos do professor José Marques de Melo reunidos nesta obra representam a socialização de um conhecimento construído ao longo de 45 anos dedicados à prática e ao estudo do jornalismo.

A obra *Jornalismo brasileiro* (Melo, 2003d) é publicada dez anos após o primeiro volume do *Anuário brasileiro da pesquisa em jornalismo* da Escola de Comunicações e Arte (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), organizado por Marques de Melo, que, já em 1992, demonstrava sua preocupação com a disseminação do conhecimento produzido, buscando o reconhecimento e a sedimentação do jornalismo enquanto disciplina universitária.

O projeto *Identidade do jornalismo brasileiro: cenários e personagens*, apresentado pelo professor na abertura dos estudos do núcleo de jornalismo comparado, formaliza a proposta teórico-metodológica que guiaria suas investigações sobre o tema. A definição do objeto, a justificativa e a revisão de literatura são retomadas na abertura e na apresentação, nas primeiras vinte páginas do seu livro, acrescidas de informações complementares para seu ajuste e atualização temporal, necessárias ao entendimento fora de seu contexto original.

Como ponto de partida, o breve resgate do referencial teórico utilizado por Marques de Melo analisa as contribuições de Barbosa Lima Sobrinho (1923) e Danton Jobim (1960) retomando o início das problematizações da fisionomia do jornalismo brasileiro. Seguindo cronologicamente, Marques de Melo discorre sobre pontos específicos do jornalismo impresso, retirados das obras de Alberto Dines (1974), Ruth Vianna (1992) e Lins da Silva (1988). Sem se ater a comentários mais aprofundados, ele indica ainda uma lista de coletâneas e obras individuais de autores que julga terem resgatado com clareza e perspicácia “flagrantes da crise vivida pelos jornalistas brasileiros e das suas incertezas em relação ao futuro” (Melo, 2003d, p. 15). Entre estes, destacam-se: Medina (1987), Capparelli

(1980), Torquato (1984), Chaparro (1994), Ortriwano (1987), Rüdiger (1993), Kucinski (1991), Travancas (1993) e outros estudos do próprio autor (1984; 1991; 1992; 1994).

O livro *Jornalismo brasileiro* reúne artigos, palestras, resenhas, ensaios e comentários, ou como nomeia o pesquisador, trabalhos circunstanciais até então fragmentados e restritos ao “gueto universitário”, ainda, faz um alerta para necessidade de estratégias “para motivar os jovens artífices da comunicação de atualidades” ao debate e continuidade deste trabalho (Melo, 2003d, p. 11).

Em *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*, de 2006, Marques de Melo navega pelos estudos precursores, revisitando a estrutura curricular dos cursos de jornalismo durante as décadas de 1950 e 1960, e afirma a predominância da corrente deontológica e jurídico-social dos programas de ensino da época. As pesquisas oriundas destes centros indagavam sobre as implicações legais da atividade profissional e refletiam sobre “(...) os fundamentos morais da prática noticiosa” (Melo, 2006, p. 12-13). Este fato pode ser explicado pelos professores, em sua grande maioria, por serem oriundos das faculdades de direito, ilustrando a tendência para temas que permeavam as questões de ordem ético-social.

Essa obra, *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras* (2006), como bem afirma Sousa (2010, p. 49), reúne o essencial do pensamento jornalístico de Marques de Melo, além de evocar os estudos e as pesquisas publicadas de importantes intelectuais brasileiros. Sousa (2010, p. 49-50) afirma que a dificuldade de acesso a obras brasileiras sobre o jornalismo, conforme mencionado por Marques de Melo, introduziu alguns vieses, levando à construção de um pensamento brasileiro que não necessariamente refletia a realidade nacional. Para solucionar esta questão, de acordo com José Marques de Melo, “é fundamental voltar a uma ‘leitura brasileira’ dos conceitos e paradigmas do campo jornalístico” (Sousa, 2010, p. 51).

Entre os pesquisadores citados por Marques de Melo na publicação *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras* (2006), estão Freitas Nobre e seu livro *Lei de imprensa*, editado nos anos 1960; Galvão de Souza e o livro *O jornalismo e a verdade nacional*, de 1959; Brito Viana e a *Legislação da imprensa*, de 1959; Rui Barbosa e *A imprensa e o dever da verdade*, de 1957; Carlos Lacerda e *A missão da imprensa*, de 1950; Saint-Clair Lopes e os *Fundamentos jurídicos sociais da radio-difusão*, de 1957; João Feder com a publicação em 1965 do livro *Da extinção da pena de prisão nos crimes de imprensa*, entre outros. Estes autores traziam o que Marques de Melo chamou de corrente ético-social.

Um segundo fluxo tratado na publicação citada anteriormente é a técnico-editorial. Para o pesquisador Marques de Melo, o golpe militar de 1964 estabeleceu espaço fronteiriço entre o fim da corrente ético-social e o início da técnico-editorial. Neste cenário, há uma ampliação considerável de publicações periódicas editadas

pelas empresas jornalísticas que passam a “analisar e a debater as novas formas de produção da notícia” (UMESP, [s.d.]), entre as quais o *Jornal do Brasil*, com os *Cadernos de jornalismo*; a Block Editores, com a série *Block comunicações*; o *Jornal do commercio*, com os *Cadernos de jornalismo*; *A tribuna de Santos*, com os *Cadernos de jornalismo e comunicação de massa*; e a Rede Globo, com a publicação *Aldeia global*, “voltada para as questões do jornalismo eletrônico” (p. 22-23) (UMESP, [s.d.]). Neste cenário, de acordo com o professor Marques, surgem estudos importantes, como a trilogia do mestre Luiz Beltrão que tratava do jornalismo informativo (1969), interpretativo (1976) e opinativo (1980), ou mesmo os trabalhos de Juarez Bahia, *Jornal, história e técnica*, de 1964, ou ainda *Três fases da imprensa brasileira*, de 1960.

Também merecem destaque os trabalhos pioneiros de Zita de Andrade Lima, *Princípios e técnica de radiojornalismo*, de 1970; Walter Sampaio e *Jornalismo audiovisual*, de 1971; Mário Erbolato com *Técnicas de codificação em jornalismo*, *Jornalismo especializado* e *Jornalismo gráfico*, editados de 1978 a 1981, entre outros.

O jornalismo e a comunicação, outra parte desvendada por Marques de Melo na publicação, são os focos dos estudos posteriores, e faz surgir o que ele chamou de corrente político-ideológico, na qual o cerne estava centrado nos estudos sobre a “estrutura da indústria cultural que crescera e se fortalecera”, nos anos de repressão. Para Marques de Melo, os “equivocos frankfurtianos, geraram uma verdadeira obsessão nos ambientes intelectuais e, por certo, contaminaram ou encontraram clima favorável nos cursos de jornalismo”, em que o resgate e a denúncia passam a orientar e determinar “o processo de captação, codificação e difusão da notícia” (UMESP, [s.d.]). Neste cenário, Marques de Melo enquadra os trabalhos dos pesquisadores Cremilda Medina, com *Notícia, um produto à venda*, de 1978; e Nilson Lage, com *Ideologia e técnica da notícia*, de 1979; Antonio Serra, com *O desvio nosso de cada dia*, de 1979, e, em 1981, Dulcília Buitoni, com *Mulher de papel*.

Finalmente, a última corrente apontada por Marques de Melo é a crítico-profissional, trazendo novas reflexões ao jornalismo, identificando a real natureza da profissão como um campo que navega entre o seu significado social e a influência política. Neste contexto, estão os trabalhos de Clovis Rossi, *O que é jornalismo*, de 1980; Cremilda Medina, *Profissão: jornalista*, de 1982; as contribuições do próprio Marques de Melo, com os trabalhos *Estudos de jornalismo comparado* (1972a); *Sociologia da imprensa brasileira* (1972b), *Contribuições para uma pedagogia da comunicação* (1974), *Gênero opinativo no jornalismo brasileiro* (1983), além dos estudos de Carlos Eduardo Lins da Silva, contidos no volume *Muito além do Jardim Botânico*, de 1983.

O livro *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras* (2006) aborda ainda outras questões ligadas ao jornalismo e a comunicação, trazendo reflexões sobre objetividade, ideologia, gêneros, determinações históricas, elitismo, estrutura, democratização do conhecimento, fortalecimento, cidadania, além de evidências empíricas, estudos sobre a crônica como gênero jornalístico, jornalismo comparado e a imprensa como fonte e objeto de pesquisa. Assim, é possível reforçar que os estudos do professor Marques de Melo abarcam três métodos, que são os estudos históricos, os estudos sobre gênero e a perspectiva comparada dos estudos empíricos.

2.2.2 Algumas opções metodológicas

Estudos com foco na análise de conteúdo e na pesquisa comparada

Tendo como opção os estudos empíricos, Marques de Melo não deixa de analisar o cenário conjuntural, as modificações e adaptações sociais, mas tem como foco agregador de suas análises as variáveis intrínsecas ao objeto de estudo, que é o jornalismo. Fiel à pesquisa empírica, buscando desenhar e redesenhar o caminho por onde o fato ocorre, e somente a partir da observação no terreno da realidade, ele busca os referenciais capazes de definir e explicar o fenômeno, dando aos resultados o rigor científico necessário na construção da ciência.

Marques de Melo (2006, p. 33) confessa que a sua produção se inscreve em uma corrente crítico-profissional. Seus estudos têm buscado descortinar a identidade acadêmica do jornalismo para um contingente de jovens pesquisadores, que muitas vezes entontecidos pela grande gama de oportunidades desenhadas no âmbito social da comunicação, se perdem em análises frágeis, repetitivas, fora do campo do jornalismo ou da comunicação e sem o devido rigor da ciência.

Esses olhares estão contemplados em obras como *Comunicação social: teoria e pesquisa* (Melo, 1970), nela se encontram definições sobre conceitos básicos do jornalismo e da comunicação, além do estudo comparativo de três jornais brasileiros, hábitos de leitura e imagem de um jornal do Recife, afora estudos sobre quadrinhos, audiência de rádio e telenovelas.

Em *Estudos de jornalismo comparado* (Melo, 1972a), além de alguns ensaios sobre a disciplina de jornalismo no cenário latino-americano e o papel desempenhado por pesquisadores como Jacques Kayser, Gilberto Freyre e Luiz Beltrão, está o desempenho pioneiro exercido pelo Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina (Ciespal), no final da década de 1950, quando se instala em Quito, no Equador, e passa a ser um centro de referência na formação de professores na área. Igualmente, na parte de pesquisas, estão os estudos comparativos dos jornais diários de São Paulo, de cinco revistas semanais ilustradas e uma pesquisa sobre o tema da violência no jornalismo brasileiro. Assim, os estudos comparados, segundo

Marques de Melo, trazem um arsenal importante para o entendimento das diferenças entre diversos veículos jornalísticos.

Os trabalhos realizados no Ciespal, em 1966, já deixavam claro essa opção metodológica de Marques de Melo, com sua pesquisa de campo *Um dia na imprensa brasileira*. Esta pesquisa é um estudo comparativo de três jornais diários do Rio de Janeiro, do Recife e de João Pessoa, tendo como banca examinadora os professores Wayne Danielson, Malcolm Mac Lean e Ramiro Samaniego. Uma outra pesquisa com a mesma característica é a investigação teórica *Ciências da informação: classificação e conceitos*, tendo como banca examinadora Joffre Dumazedier, Bruce Westley e Jorge Fernandez. Tais pesquisas habilitaram Marques de Melo a receber o título de pós-graduado em ciências da informação coletiva.

Estudos históricos: um resgate fundamental

No que tange aos estudos históricos, um destaque da vida acadêmica de Marques de Melo é o seu doutorado realizado entre 1967 e 1972, na ECA da USP, onde defende em 1973 a tese *Fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*. Este trabalho gerou as publicações *Sociologia da imprensa brasileira* (1972b), e uma segunda edição intitulada *História social da imprensa* (2003a). A primeira edição desta obra teve o prefácio de Beltrão, e ele afirma que:

Apresentando sua tese de doutoramento de 1972, em São Paulo, coincidentemente com as celebrações do cinquentenário da Semana de Arte Moderna, responsável pela inovação da literatura brasileira, pela antropofagia e pelo verde-amarelismo, Marques de Melo, como que publica o manifesto da renovação dos estudos em comunicação, que deixam de ser agora um carbono do que se faz no estrangeiro para abrir uma transbrasilica. Da irrefutabilidade das suas conclusões, da fundamentação granítica que deu solidez inabalável à sua hipótese, da crítica segura e detida às interpretações de diferentes autores e correntes históricas sobre os fatos e circunstâncias que retardaram a implantação na imprensa no Brasil, decorrem configurações e sugestões que abrem aos estudiosos do campo novas e promissoras perspectivas. Perspectivas que, inclusive, liquidam fronteiras interdisciplinares, sobre as quais ninguém mais pode insistir na universidade, hoje integrada nos avanços dos processos e métodos de análise e de crítica que a investigação científica criou e pôs à disposição do *scholar*. Perspectivas, enfim, que comprovam a definição e a maioria da Ciência da Comunicação (Beltrão, 1972, p. 11-12).

E ainda, dando continuidade aos seus estudos, em 1973, Marques de Melo foi contemplado com uma bolsa de pós-doutorado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e um consórcio da Universidade do Meio-Oeste dos Estados Unidos, realizando entre os anos de 1973 e 1974 duas pesquisas.

Na primeira pesquisa, Marques de Melo faz um inventário crítico sobre o conhecimento comunicacional estocado pelos *scholars* norte-americanos sobre o Brasil; e na segunda pesquisa ele realiza um estudo retrospectivo sobre

a experiência norte-americana no campo acadêmico do jornalismo. Dois trabalhos que demonstram sua paixão pelos estudos histórico-conceituais.

Essa perspectiva histórica também está presente na obra *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*, de 1998, na qual Marques de Melo faz um resgate muito representativo da profundidade e dos pioneiros estudos em comunicação no continente americano.

Nessa mesma linha dos estudos latino-americanos, destaca-se *Pensamiento comunicacional latinoamericano: entre el saber y el poder*, em duas versões, mexicana (Melo, 2007) e espanhola (Melo, 2009b). A espinha dorsal dos cenários desenhados nesta publicação reflete o entendimento sobre questões da diversidade cultural que permeiam o continente americano, evidenciando as idiossincrasias do poder e do saber, que fazem com que o pensamento em comunicação latino-americano exista e sobreviva apesar de “sofrer a coação do poder e refluir a domesticação do saber” (Melo, 2009b, tradução nossa), como afirma o próprio autor, e sem cair “em uma visão apocalíptica, isto é, em uma ruptura radical com os mecanismos dominantes na construção da realidade” (Nosty, 2009, p. 19, tradução nossa).

Em *Contribuições para uma pedagogia da comunicação*, de 1974, o pesquisador Marques de Melo traz questões essenciais dos estudos superiores na área, fazendo uma análise crítica das experiências brasileiras no campo da pedagogia da comunicação, além de pesquisar sobre as condições estruturais das escolas, especialmente as católicas, e realizar um levantamento bibliográfico sobre o ensino da comunicação, reafirmando assim uma de suas tendências para os estudos que tratam do resgate histórico-conceitual. O mesmo ocorre em *Televisão brasileira: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*, de 2010. Nesta obra, o autor, ao fazer um balanço de sua própria produção acadêmica, admite que suas pesquisas sobre televisão foram, quase sempre, conjunturais “denotando intervalos periódicos, descontinuidades temáticas e algumas vezes ajustes analíticos” (Melo, 2010); mas, como afirma Mattos, a publicação evidencia a importante contribuição de Marques de Melo na construção de uma bibliografia especializada sobre a televisão brasileira (Mattos, 2010, p. 7).

Outras publicações de Marques de Melo, como a *História do pensamento comunicacional*, de 2003, além de conceituar e tratar do campo da comunicação e suas interfaces e temáticas, traz personagens e grupos que contribuíram de forma substantiva para o fortalecimento da área e do campo.

O material disponibilizado no livro *A batalha da comunicação*, de 2008, faz um passeio muito interessante dos manifestos históricos do campo da comunicação, contados por meio de textos jornalísticos. Como afirma Marques de Melo,

Flagrantes da luta travada pelo campo da comunicação para ser incluído na universidade e para ser legitimado perante as instâncias do poder acadêmico. Narrativas feitas por um veterano de guerra, atuando como testemunha ocular da história, muito útil para subsidiar a ofensiva da nova geração que ainda batalha nos focos de resistência (Melo, 2008, p. 1).

Nessa mesma linha de construção histórica, a obra de Marques de Melo *Jornalismo brasileiro*, de 2003, apresenta quadros de destaque na reconstituição da história do jornalismo, e embora não tenha sido idealizada como uma obra única, nem seja resultado concreto de estudos realizados em um curto período de tempo, é capaz de ir além do simples resgate de fatos, apresentando questões contemporâneas, indicando lacunas na pesquisa jornalística, mas principalmente apontando soluções e sinalizando possíveis direcionamentos.

Em *Jornalismo brasileiro*, Marques de Melo busca verificar como os modos de produção da notícia e dos seus comentários fluem dos centros metropolitanos internacionais para o Brasil, e internamente como os padrões difundidos são assimilados, adaptados e reproduzidos. Nessa obra, ele reúne ensaios, artigos, palestras, comentários etc., faz incursões por itinerários de Hipólito José da Costa, Rui Barbosa, Freitas Nobre, Walter Sampaio, Octávio Frias, entre outros, trazendo evidências do desenvolvimento da disciplina, bem como alguns temas polêmicos, como exclusão, censura, descompasso entre a produção e o consumo da cultura jornalística. Na primeira parte dessa obra, *Itinerários*, ele trata do conhecimento jornalístico e traz as concepções de Hipólito da Costa, Rui Barbosa, Werneck Sodré, Freitas Nobre, Walter Sampaio e Octávio Frias e os caminhos que marcaram e conduziram sua trajetória como autor, assumindo um tom levemente histórico, dialogando com as técnicas estilísticas dos perfis, e relacionando aspectos das histórias de vida destes personagens com suas atuações no jornalismo.

Na figura emblemática de Hipólito da Costa, precursor dos estudos em jornalismo, Marques de Melo procura explicar a condição de pioneiro do jornalismo científico no Brasil atribuída a esse autor concluindo, por meio da análise de suas estratégias para desvendar o panorama científico dos Estados Unidos no final do século XVIII, que seus registros de viagem apresentam elementos ainda mantidos na estrutura das informações divulgadas nas áreas de ciência e tecnologia.

Ao autor Rui Barbosa, Marques de Melo atribui o título de polemista, descreve uma faceta ainda não completamente reconstituída deste personagem da política brasileira, de sua atuação intencional e comprometida com o jornalismo da época, experiência que o levaria a escrever *A imprensa e o dever da verdade*.

Werneck Sodré é o historiador, sua primeira publicação foi na revista *Comunicação & sociedade*. Marques de Melo distingue na vasta produção desse autor a obra *História da imprensa no Brasil*, clássico ainda utilizado como referência de pesquisadores e alunos.

A publicação no *Jornal da USP* do artigo sobre o jurisconsulto Freitas Nobre marca o ano deste autor, celebrado na instituição em 2001, por iniciativa do núcleo paulista da Rede Alfredo de Carvalho. O texto resgata brevemente o perfil biográfico e a carreira acadêmica deste autor “cearense que se radicou em São Paulo, aqui perfilando uma carreira multifacetada como jornalista, advogado, sindicalista, político e acadêmico” (Melo, 2003d, p. 88).

Walter Sampaio, também considerado um inovador, com um artigo originalmente publicado no *Jornal da USP*, registra sua incursão como diretor de jornalismo da rádio e televisão Tupi ainda na graduação em jornalismo. O professor Marques de Melo comenta que a presença de tão ilustre aluno inibiu a atuação de docentes das disciplinas de audiovisual, e assim Walter Sampaio teve de assumir as aulas contando apenas com conhecimentos puramente teóricos. Desse modo, para complementar as aulas, Marques de Melo convidou Sampaio para atuar como monitor, e posteriormente ele assumiu a disciplina, nas palavras de Marques, “por competência empírica, lhe correspondia naturalmente” (Melo, 2003d, p. 95). Das discussões dos planos de aula entre estes dois professores, surgiu o manual universitário de Marques de Melo.

Em Octávio Frias, Marques de Melo destaca a figura de um empreendedor que resume bem a qualidade atribuída ao empresário de um dos grandes jornais paulistas. Ainda assim, ao contrário dos anteriores, o texto não traz como foco episódios ou relatos biográficos de Octávio Frias, pois trata-se de uma palestra proferida no Centro Universitário Alcantara Machado (Fiam), em razão da inauguração da Cátedra Octávio Frias de Oliveira e da realização do *Simpósio Octávio Frias de Oliveira: 40 anos de atuação na liderança do Grupo Folha* – eventos que renderiam uma publicação de mesmo título organizada por Marques de Melo e Samantha Castelo Branco.

Dando continuidade à descrição da obra de Marques de Melo, *Jornalismo brasileiro*, o capítulo denominado *Caminhos cruzados* assume um tom autobiográfico que se diferencia pelo título não nominal e pela falta de adjetivos que caracterizem e/ou unifiquem sua personalidade.

Sobre esse capítulo, a autora deste texto arrisca afirmar que ele foi um ensaio para a escrita do mais recente livro de Marques de Melo, *Vestígios da travessia*. Escrito em primeira pessoa, o documento foi originalmente produzido para uma coletânea de episódios históricos do diário *Jornal do commercio* e permitiu conhecer momentos marcantes da trajetória de Marques de Melo, evidentemente, neste caso, direcionados para os acontecimentos e as relações construídas em sua experiência no jornal, ainda que o final conduza até sua opção acadêmica, sua vinda para São Paulo e a entrada na ECA da USP. A parte da obra intitulada *Evidências* apresenta temáticas ancoradas tanto nos meios, quanto nos atores da produção jornalística.

O roteiro da palestra *Jornalismo esportivo*, proferida no *I Seminário de Comunicação e Esporte* na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), responde e formula questões sobre o tema, contribuindo para a discussão desta relação que permanece sem a demarcação clara de territórios, tanto nas pesquisas acadêmicas quanto no cotidiano das redações.

Sobre o radiojornalismo, Marques de Melo apresenta o comentário sobre a dissertação de Luciano Klockner, apontando algumas das questões, polêmicas e passagens do desenvolvimento do rádio por ele levantadas, em especial do radiojornalismo brasileiro. O tema *telejornalismo* é resultado da resenha do livro de Marangoni, Pereira e Silva (2002), que resgata as contribuições do jornalista para a formação de jornalistas mais ousados, competentes e criativos. Sobre o tema *mulher jornalista*, Marques de Melo apresenta, além de evidências científicas, um relato pessoal, com a propriedade narrativa de quem fez parte deste período histórico e acompanhou de perto a ascensão das mulheres no ambiente jornalístico, seja por meio de pesquisas, seja exercendo a prática nas redações. Marques de Melo destaca três de suas contemporâneas, que, em suas palavras, galgaram patamares elevados na profissão, Zita de Andrade Lima, Eride d'Albuquerque Silveira e Teresa Lucia Haliday. Mulheres com trajetórias de determinação que ele incita a conhecer.

Ainda no mesmo volume, em *Artigo científico* e a *Entrevista jornalística*, frutos respectivamente da resenha da tese da professora Maria das Graças Targino e de uma palestra proferida por Marques de Melo durante o ciclo de estudos sobre jornalismo e literatura na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), retomam a estrutura e a formalidade textual acadêmica. Estas temáticas se inserem nos estudos sobre os gêneros jornalísticos que Marques de Melo vem desenvolvendo há muitos anos.

Alguns textos curtos de Marques de Melo provenientes de palestras, resenhas e comentários realizados em participações em bancas, fornecem, além de dados e conceitos, pistas sobre esta produção inventariada e se apresentam como contribuições importantes para os estudos da área.

E por último, mas como dizem, não menos importante, a parte *Polêmicas* reúne conferências e aulas inaugurais de Marques de Melo. Embora tenham sido feitas prioritariamente para a leitura e apresentação, os textos trazem referências e análises aprofundadas sobre diversos temas, estimulando o debate e proporcionando aos leitores uma visão crítica dos processos e fenômenos comunicacionais.

Para encerrar, nessa mesma parte, o capítulo *Jornalismo de referência* analisa o jornalismo brasileiro sob o viés metodológico da pesquisa comparada. Entre as categorias de análise estão os gêneros, as fontes e os focos noticiosos, o conteúdo midiático e o perfil editorial dos principais jornais do país: *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Jornal do Brasil*.

A pesquisa apresentada no I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos, promovido pelo Centro de Estudos da Comunicação da Universidade de Fernando Pessoa, em Porto, é uma iniciativa importante na manutenção do fecundo diálogo internacional atualmente existente entre Brasil e Portugal. Além dos dados originais obtidos pela aferição empírica, ressalta-se a relevância da recuperação dos conceitos de Jacques Kayser (1953) e da história da consolidação da imprensa no Brasil pela síntese das trajetórias destes jornais.

A publicação do livro *Jornalismo brasileiro* concretiza mais uma etapa dessa tarefa de compreensão, discussão e divulgação das concepções que fundamentaram a práxis e o pensamento jornalístico, legitimando historicamente o processo informativo. Tarefa que somente um pesquisador com a capacidade produtiva e integradora do professor Marques de Melo poderia empreender.

Ainda no âmbito dos estudos históricos, o livro *Jornalismo: compreensão e reinvenção* (Melo, 2009a) traz três dimensões importantes para a compreensão dos problemas jornalísticos, são elas: a práxis, a formação e a cognição. O objetivo central dos trinta capítulos disponibilizados nessa publicação é o de “estabelecer uma ponte entre o campo teórico e o mundo empírico, no qual já atuam ou vão atuar os leitores, estudantes e profissionais do jornalismo” (Melo, 2009a).

Para Marques de Melo, somente reconhecer os agentes e descrever os processos não é suficiente para descortinar os múltiplos meandros pelos quais caminha essa área do conhecimento. É necessário contextualizar, perceber suas aproximações e afastamentos no tempo e no espaço, para então entender as práticas cotidianas nos espaços de produção da notícia. Neste sentido, Marques de Melo afiança que é necessário o conhecimento sobre o que já foi produzido, para então estabelecer o diálogo entre as matrizes e os padrões estabelecidos, quer sejam importados ou nacionais. Também, faz um exercício taxionômico e conclama para a “mudança de atitudes, transformações no modo de pensar e de sentir o jornalismo, inspirando inovações no agir, decidir, ousar e avançar” (Melo, 2009a, p. XVI).

Mas a busca de conhecimento sobre os fatores sócio-históricos que oferecem o manancial necessário para uma práxis de qualidade sempre esteve presente nos estudos de Marques de Melo. Entre 1967 e 1972, ele fez o doutorado na ECA da USP, e em 1973 defendeu a tese *Fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*, sendo o primeiro doutor em jornalismo do Brasil.

Em *História social da imprensa* (2003a), Marques de Melo faz uma nova interpretação sob a perspectiva sociocultural da evolução da imprensa no país. Além da contribuição sobre o aparecimento e a difusão da imprensa na Europa, no Oriente e na América, o autor evidencia os aspectos políticos e econômicos que retardaram a implantação da imprensa no Brasil, comprovando a mudança

nos estudos histórico-jurídicos, que marcaram as primeiras contribuições para os desenhos da cultura e da sociedade em que os acontecimentos tomam corpo jornalístico.

No livro *História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual*, editado pela Paulus, em 2012, Marques de Melo traça a trajetória histórica por meio da invenção da disciplina, dos processos, das conjunturas, dos narradores e culmina com epílogo sobre a reinvenção da área do jornalismo.

Como disciplina integrante do currículo dos cursos de jornalismo, no mundo inteiro, a história do jornalismo, segundo Marques de Melo,

situa os futuros praticantes do ofício diante dos acontecimentos que marcaram o desenvolvimento das rotinas de produção, estimulando as novas gerações a registrar com fidedignidade os fatos de interesse público, contextualizando no tempo e espaço (Melo, 2012, p. 7).

Essa disciplina traz referências sobre o desenvolvimento do jornalismo e evoca autores como: Fernando Pinheiro (1859), um marco na pesquisa em jornalismo no Brasil; além de Georges Weill (1934), Hélio Vianna (1945), Carlos Rizzini (1946), Octávio de la Suarée (1948), Harold Herd (1952), Jacques Kayser (1953), Gustavo Adolfo Otero (1959), Luiz Beltrão (1960), Edwin Emery (1962), Juarez Bahia (1964), Nelson Werneck Sodré (1966), Giuliano Gaeta (1969), Pierre Albert e Fernand Terrou (1979), Anthony Smith (1979), Giovanni Giovanini (1984), Mitchell Stephens (1988), Alejandro Pizzaro Quintero (1994), Marialva Barbosa (2008), entre muitos outros autores, além dos próprios estudos de Marques de Melo, ainda nos anos 1970.

De acordo com a pesquisa de Sousa (2010), autores como Gilberto Freyre, Amaro Quintas e Jerônimo Viveiros são fontes importantes para os estudos de Marques de Melo, especialmente no mote tratado pelos autores com relação à compreensão dos acontecimentos do passado por meio de notícias da imprensa.

Entre ensaios clássicos e mais contextualizados desenvolvidos em alguns países, circunstanciando a história do panorama nacional, ocorrência que, de acordo com Marques de Melo, “turva a compreensão dos fatos históricos, (...)”, pois o jornalismo não pode isolar-se da história geral da civilização”, e narrativas holísticas ou panoramas comparativos que evidenciam não somente o “estudo histórico da civilização, mas a valorização da história profissional” (Melo, 2012, p. 8). Originando um contributo importante para o estímulo da pesquisa histórica do jornalismo, Marques de Melo adverte, porém, que apesar da vocação universal do jornalismo, é fundamental que seu ancoradouro seja o porto seguro das “realidades nacionais que lhe dão sentido e das quais se nutre cotidianamente” (Melo, 2012, p. 9).

No ano de 1899, o Brasil se destaca especialmente pelos estudos clássicos desenvolvidos por Alfredo de Carvalho. Marques de Melo o classifica como um desbravador e afirma “que o historiador mudou a face da pesquisa sobre o jornalismo brasileiro, ultrapassando o ensaísmo para adentrar no empirismo” (Melo, 2012, p. 327).

Gêneros jornalísticos: um campo fecundo de estudos

Os estudos sobre gêneros jornalísticos têm atraído a atenção de Marques de Melo desde os anos 1980. Em 1983, ele defendeu a pesquisa *Gêneros opinativos na imprensa brasileira*, conquistando o título de livre-docente em jornalismo pela ECA na USP.

As pesquisas de José Marques de Melo sobre essa temática também podem ser encontradas nas obras *A opinião no jornalismo brasileiro*, de 1985, depois em sua segunda edição, revista, publicada em 1994, e intitulada *A opinião no jornalismo brasileiro*. Finalmente, em 2003, a terceira edição também revista e ampliada sob o título *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro* (Melo, 2003b). Há também, ainda nesta linha de estudos, a publicação de *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*, de 1992, além de outros trabalhos apresentados em coletâneas e livros já citados anteriormente, como *Jornalismo brasileiro* (2003d); *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras* (2006), afora as pesquisas apresentadas e publicadas em diversas revistas científicas e congressos nacionais e internacionais.

Em seus diversos estudos, Marques de Melo afirma e afiança que os gêneros jornalísticos são expressões do campo, e que mesmo sofrendo influência externa assimilam as peculiaridades nativas da região.

Outras incursões: entre o estudioso e o cidadão

As contribuições de Marques de Melo para os estudos de jornalismo e comunicação não ficam somente em suas atividades docentes, estão disponibilizadas em outras frentes, como coletâneas, trabalhos em congressos, ensaios, textos em jornais e revistas etc.

Os temas das coletâneas de Marques de Melo abordam o jornalismo e suas várias facetas, os estudos em comunicação na América Latina, os perfis de autores comunicacionais e midiáticos, a produção acadêmica na área da comunicação, as indústrias e os protagonistas midiáticos e a comunicação. Entre estas coletâneas destacam-se: *Comunicação/incomunicação no Brasil* (1976), *Ideologia e poder no ensino de comunicação* (1979), *Pesquisa em comunicação no Brasil* (1983), *Comunicação na América Latina* (1989), *Comunicación latinoamericana* (1992), *Communication for a new world* (1993), *Identidades culturais latino-americanas* (1996), *Memórias das ciências da comunicação no Brasil* (1997), *Pensamento comunicacional brasileiro*

(1999), *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano* (2000), *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano* (2001), *Matrizes das ideias comunicacionais latino-americanas: marxismo e cristianismo* (2002), *História do pensamento comunicacional* (2003c), *Pensamento comunicacional latino-americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico* (2004), *Imprensa brasileira: personagens que fizeram história* – quatro volumes, de 2005 a 2008 –, *Direito à comunicação na sociedade da informação* (2005), *Síndrome da mordalha: mídia e censura no Brasil* (2007) – de 1706 a 2006, *Ícones da sociedade midiática: da aldeia de MacLuhan ao planeta de Bill Gates* (2007). Marques de Melo publicou mais de duas centenas de artigos em periódicos científicos, nacionais e estrangeiros, bem como em jornais e revistas de grande circulação no Brasil e na América Latina.

Marques de Melo também tem dirigido e coordenado diversas coleções de estudos comunicacionais e jornalísticos lançados pela editora Vozes; a coletânea *Clássicos do jornalismo brasileiro*, publicada pela Editora da USP; e a série de estudos *Latino-americanos em comunicação*, disponibilizado pela Universidade Metodista de São Paulo. Ele também integra os conselhos editoriais de empresas como Pioneira, Loyola, Paulinas, Summus etc., além de fazer parte de comitês editoriais de várias revistas científicas brasileiras e internacionais.

Uma das características mais marcantes do professor José Marques de Melo, sendo quase uma unanimidade entre aqueles que o conhecem, é a sua capacidade de aglutinar pessoas em torno de um mesmo ideal. Neste sentido, sua contribuição na formação e no desenvolvimento de associações científicas formadas por pesquisadores e profissionais tem sido notável.

Marques de Melo tem participado de várias iniciativas desde os tempos de juventude, liderando e dinamizando instituições corporativas nacionais. Foi um dos fundadores e presidente da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Colaborou de forma ativa na União Católica Latino-Americana de Imprensa (UCLAP) e na União Católica Internacional de Imprensa (UCIP). Contribui regularmente para iniciativas do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo e da Federação Nacional dos Jornalistas. Há mais de uma década ele é representante da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) em São Paulo, além de também integrar o conselho administrativo desta centenária entidade nacional, sediada na cidade do Rio de Janeiro.

O professor Marques de Melo exerceu ainda os cargos de presidente da Comissão de Especialistas em Comunicação Social do Ministério da Educação (MEC), em Brasília, no período 1986-1989. Foi membro do Comitê Assessor da área de comunicação, bem como do Conselho Deliberativo do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), em Brasília, no período 1985-1992.

Marques de Melo atua como consultor científico da fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), da FAPESP e é conselheiro da Fundação Professor Edevaldo Alves da Silva de Amparo à Educação (EAS) em São Paulo. Foi presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) no período 2005-2008.

Em 2003, quando da criação da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizada no *campus* da Universidade de Brasília (UnB), na manhã do dia 29 de novembro de 2003, o professor José Marques de Melo foi homenageado pela equipe inspiradora da nova entidade, que o escolheu para figurar como pesquisador número 1 no seu livro de associados.

Marques de Melo é diretor responsável da *Revista brasileira de ciências da Comunicação*, colunista das revistas *Imprensa* (Brasil) e *Etcétera* (México). Exerce os cargos de presidente da Associação Iberoamericana de Comunicação (Ibercom), em Porto, Portugal. É membro do Research Committee da World Network of Unesco Chairs in Communication (Orbicom), em Montreal, e do Legal Committee da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) em Barcelona. Integra o Conselho Consultivo da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) de São Paulo. É curador da Intercom, consultor da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) e consultor administrativo da ABI no Rio de Janeiro.

Marques de Melo também é idealizador da Rede Alfredo de Carvalho para o resgate da memória e a construção da história da imprensa no Brasil, lidera um consórcio de instituições que desenvolvem estudos e pesquisas que subsidiaram o programa comemorativo dos duzentos anos de implantação da imprensa em território brasileiro em 2008. Atua ainda como inspirador intelectual de três redes internacionais de estudos e pesquisas sobre: a Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom), os Países Lusófonos (Lusocom) e os Países Integrantes do Mercosul (Mercosul); e de três redes nacionais: Comunicação para o Desenvolvimento Regional (Regiocom), Cultura Popular (Folkcom) e Comunicação e Saúde (Comsaúde).

Ao longo de sua vida, Marques de Melo foi agraciado com as seguintes distinções honoríficas: bolsista da Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura (Unesco) em Quito, Equador, em 1965; bolsista da FAPESP – pós-doutorado na University of Wisconsin, Estados Unidos, em 1974; bolsista do CNPq – Estudos Avançados, Universidade Complutense de Madrid, Espanha, em 1988; catedrático Unesco de Comunicação – Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha, em 1991, e Universidade Iberoamericana, México, em 1997; professor *honoris causa* da Universidade Católica de Santos (Unisantos), em 1997; prêmio Wayne Danielson de Ciências da Comunicação – University of Texas, Austin, Estados Unidos, em 1998; medalha de Rui Barbosa – Ministério da Cultura,

Rio de Janeiro, em 1998; professor emérito da ECA – São Paulo, USP, em 2001; doutor honoris causa da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) – Maceió, em 2003; membro professor honoris da Unisantos – São Paulo; presidente de honra da Intercom em 1998; titular do Instituto Histórico e Geográfico do Estado de São Paulo (IHGSP) – São Paulo, em 2003; sócio emérito da SBPJor, em 2004; doutor honoris causa da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) – João Pessoa, em 2005.

Em 1996, foi nomeado catedrático Unesco de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Também nesse ano, foi agraciado com o título *tinker visiting professor* do Institut for Latin American Studies da University of Texas at Austin – Estados Unidos.

A UMESP deu o nome de *José Marques de Melo* ao acervo do pensamento comunicacional latino-americano, inaugurado em 1999, pela cátedra de comunicação e ali mantido em convênio com a Unesco.

Marques de Melo também foi homenageado pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), durante as comemorações dos cinquenta anos da instituição, teve sua biografia intelectual registrada no livro *Grandes nomes da comunicação* (Gobbi, 2001).

A Intercom também deu ao espaço de seu acervo histórico-documental o nome de *Centro Cultural José Marques de Melo*.

O professor José Marques de Melo formou várias gerações de jornalistas e pesquisadores acadêmicos, tendo orientado mais de setenta dissertações de mestrado e mais de trinta teses de doutorado no âmbito das ciências da comunicação.

Hoje se pode afirmar que o professor José Marques de Melo continua em sua trajetória enfrentando outros desafios, mas sem perder o foco das realizações anteriores. “Ao contrário, seu papel de promotor e indutor de inovações certamente continuará a ser desempenhado, como ator decisivo e determinante na arena da formação científica e profissional” (Nóbrega, 2001).

É impossível falar de José Marques de Melo sem tecer elogios à sua trajetória acadêmica, à sua significativa contribuição para os estudos de jornalismo e à sua atuação junto à comunidade acadêmica da comunicação. Como disse Antônio de Barros: “ao professor José Marques de Melo se pode atribuir o verso de Geraldo Vandré: ‘quem sabe faz a hora, não espera acontecer’”. E para finalizar,

como ninguém escolhe o papel histórico que deve representar, (...) o de José Marques consistiu em abrir caminho no Brasil para que se discutissem as complexas problemáticas da comunicação e dos *media* e para que se colocassem à prova seus instrumentos de descrição e análise (Nóbrega, 2001).

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, L. Prefácio. *In*: MELO, J. M. **Sociologia da imprensa brasileira**. Petrópolis: Vozes, em 1972.
- GOBBI, M. C. Acervo do pensamento comunicacional Latino-Americano José Marques de Melo. **Anuário Unesco-UMESP de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, v. 4, n.1, p. 259-263, 2000.
- _____. (Org.). **Grandes nomes da comunicação**: José Marques de Melo. Recife: Centro de Estudos da Imprensa; UNICAP, 2001.
- _____. (Org.). Trajetória intelectual de José Marques de Melo: 1959-2009. *In*: HOHLFELDT, A. **José Marques de Melo**: construtor de utopias. São Paulo: Intercom, 2010.
- MARANGONI, R.; PEREIRA, L. I.; SILVA, R. R. **Webjornalismo**: uma reportagem sobre a prática do jornalismo *online*. São Paulo: Indaiatuba, 2002.
- MATTOS, S. Prefácio. *In*: MELO, J. M. **Televisão brasileira**: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção. São Paulo: Unesco; UESP, 2010.
- MELO, J. M. **Comunicação social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.
- _____. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira Editora, 1972a.
- _____. **Sociologia da imprensa brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1972b.
- _____. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.
- _____. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- _____. **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1987.
- _____. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. **Teoria da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. Depoimento dado ao curso de jornalismo da Universidade Metodista de São Paulo. 1999. *In*: ENCONTRO DE JORNALISMO METODISTA, 1999, São Paulo, São Bernardo do Campo. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/monografia2_d.htm>.
- _____. **História social da imprensa**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2003a.
- _____. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo. 3. ed. São Paulo: Mantiqueira, 2003b.
- _____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003c.
- _____. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003d.

_____. **Teoria do jornalismo:** identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Entre el saber y el poder:** pensamiento comunicacional latinoamericano. México: Unesco, 2007.

_____. **A batalha da comunicação.** Sorocaba: Provocare; EDUNISO, 2008.

_____. **Jornalismo:** compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009a.

_____. **Pensamiento comunicacional latinoamericano:** entre el saber y el poder. Sevilha: CS, 2009b.

_____. **Televisão brasileira:** 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção. São Paulo: Unesco; UESP, 2010.

_____. **História do jornalismo:** itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

NÓBREGA, M. do S. **Alocução proferida quando da outorga do título de professor emérito da Escola de Comunicações e Artes ao professor José Marques de Melo.** São Paulo: USP, 2001.

NOSTY, B. D. Prólogo a la edición española. *In:* MELO, J. M. **Pensamiento comunicacional latinoamericano:** entre el saber y el poder. Sevilla: Zamora, 2009.

SOUSA, J. P. José Marques de Melo: teórico do jornalismo. *In:* HOHFELDT, A. (Org.). **José Marques de Melo:** construtor de utopias. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1.

UMESP – UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. **Acervo da Escola Latino-Americana de Comunicação:** perfil de José Marques de Melo. Unesco; UESP, São Paulo, [s.d.]. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Acervo_JMM>.

PENSAMENTO COMUNICACIONAL ALAGOANO: ÍCONES EMBLEMÁTICOS DE TRÊS GERAÇÕES

José Marques de Melo*

1 PRESSUPOSTOS

Apesar de lançada em território fértil, à margem de canais e lagoas, no final do século XIX, a semente do pensamento comunicacional só germinaria em Alagoas durante o século XX. O plantio foi ousado pelo pioneiro João Francisco Dias Cabral, adepto da corrente histórica antilusitana, mas as árvores cognitivas só brotariam quando irrigadas pela geração Alfredo de Carvalho (Marques de Melo, 2012, p. 327-338).

Seu prócer alagoano foi Joaquim Thomaz Pereira Diegues, ufanista assumido, que nutriu os estudos midiológicos de Alagoas, plantando a primeira muda. Esta árvore frutificara admiravelmente ao ser cultivada pela corrente denominada “telúrica”, bem como ao ser enxertada pela “diáspora caeté” (Marques de Melo, 2004, p. 69-86).

Integrada, na sequência histórica, por ícones como Craveiro Costa, Abelardo Duarte, Theo Brandão e Moacir Medeiros de Sant`Ana, a “corrente telúrica” vem recebendo contribuições relevantes de autoria de Douglas Apratto Tenório, Luiz Sávio de Almeida e Antônio Sapucaia.

Trata-se de árvore frondosa, enxertada à distância pela “diáspora caeté”, composta por figuras emblemáticas da vida provincial. Intelectuais como Octavio Brandão, Costa Rego, Raul Lima, Tadeu Rocha, José Augusto Guerra, Arnaldo Jambo, Valdemar Lima, Ricardo Ramos, Reinaldo Santos, Audálio Dantas, Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros, Marcelo Ricardo e Marcelo Bulhões contribuíram significativamente.

Adicionaram-se a esse acervo os aportes do autor deste capítulo (Marques de Melo, 2003; 2004), conscientes do reducionismo teleológico adotado no plano metodológico. Por isto, revisitou-se oportunamente o universo comunicacional

* Professor titular da Universidade Metodista de São Paulo, diretor de comunicação da Cátedra da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e presidente de honra da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

para destacar o vanguardismo de Theo Brandão no segmento folkcomunacional (Marques de Melo, 2008b). De igual maneira, esboçaram-se as histórias de vida de intelectuais santanenses (Valdemar Lima, Tadeu Rocha, Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros e Marcelo Ricardo) que fortificaram o pensamento alagoano ao explorar distintos ângulos comunicacionais, motivados pelas raízes sertanejas (*op. cit.*). Sugerindo terrenos inexplorados (comunicações espaciais e comunicação cultural), suscitaram o interesse e a atenção das comunidades historiográfica e sociográfica (Marques de Melo, 2008a; Marques de Melo e Gaia, 2010).

2 INTENÇÕES

O propósito deste estudo, para decifrar a esfinge alagoana (Marques de Melo, 2004), é sem dúvida ampliar o território cognitivo ali dimensionado, vislumbrando-se três novos segmentos.

1. Safrá nucleadora: professores-pesquisadores que constituíram as equipes responsáveis pelo desenvolvimento dos estudos comunicacionais nas universidades alagoanas, integradas por adventícios ou nativos transitórios, bem como pelos que permaneceram ou decidiram fixar-se em Alagoas.
2. Observadores forâneos: pesquisadores pertencentes a outras comunidades nacionais ou estrangeiras que se interessaram por temas ou problemas alagoanos, no campo comunicacional, e os estudaram especificamente, deixando registros bibliográficos.
3. Prata da casa: novos pesquisadores diplomados pelos cursos de comunicação das universidades de Alagoas, realizando pesquisas de iniciação científica, graduação e pós-graduação sobre os fenômenos comunicacionais do estado ou projetando olhares alagoanos sobre objetos situados em outras geografias, incorporando suas reflexões ao acervo do pensamento comunicacional.

A intenção deste trabalho é, portanto, completar o mapeamento já iniciado, avançando-se no sentido de dar-lhe sustentação biobibliográfica. A meta é construir acervo de referências socioculturais destinado a subsidiar o trabalho de docentes e estudantes da área de comunicação social, que desconhecem a riqueza da comunicologia alagoana e não valorizam a singularidade da midiologia caeté.

Área pouco explorada, a história do pensamento alagoano não vem acumulando dados fundamentais para nutrir e fortalecer a identidade cultural do estado, em conjuntura em que o processo de globalização acelerada vem desfigurando a fisionomia das sociedades periféricas e incentivando a mimetização do comportamento metropolitano.

3 METAS

Sem pretender restaurar uma espécie de regionalismo tradicionalista, a pesquisa aqui iniciada destina-se a construir um padrão de conhecimento *glocalizado*, valorizando as ideias enraizadas na cultura alagoana, mas reconhecendo as influências forâneas inexoravelmente assimiladas pela comunidade acadêmica (Marques de Melo e Gaia, 2010).

A meta é completar o “mapa” do conhecimento comunicacional gerado em território alagoano ou pela diáspora caeté, ampliando-se o universo cronológico já esboçado para incluir as contribuições posteriores ao estabelecimento dos estudos da área nas universidades locais (Marques de Melo, 2004).

Dessa maneira, o projeto tem ambição não apenas histórica, mas sobretudo didático-pedagógica, construindo um banco de dados capaz de alavancar o trabalho docente, sem esquecer a necessária revisão crítica de avanços e recuos denotados no correr do tempo.

Trata-se, evidentemente, de trabalho de equipe que vem exigindo a participação de pesquisadores situados em diferentes patamares da vida universitária (pós-doutorado, pós-graduação e iniciação científica).

Tomaram-se como referência inicial as principais fontes geradoras do conhecimento alagoano no campo da comunicação, sobretudo a *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Estado de Alagoas* – do século XIX ao século XXI –, assim como a Série Estudos Alagoanos, publicada pelo Departamento Estadual de Cultura (DEC) nos anos 1960, e o *Catálogo 2012* da Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal). Foram valiosas igualmente as consultas feitas ao Acervo Moacir Medeiros de Sant’Ana e à obra *ABC das Alagoas*, de Barros (2005).

A metodologia adotada tem nítido perfil híbrido, combinando-se a análise historiográfica, a exegese político-cultural, bem como a observação participante.

Além de estudos bibliográficos indispensáveis nesta primeira fase, recorrer-se-á à história de vida para resgatar os perfis intelectuais dos sujeitos do conhecimento comunicacional para fazer oportunamente a análise dos resultados baseados no método comparativo.

Apresentam-se, a seguir, perfis dos ícones representativos de três gerações.

4 SÉCULO XIX: DIAS CABRAL

João Francisco Dias Cabral nasceu em Maceió, em 17 de dezembro de 1834, e faleceu nesta cidade, em 19 de julho de 1885. Filho de Francisco Dias Cabral e de Maria do Rego Cabral, começou a estudar em Maceió, mas aos 14 anos transferiu-se para Salvador, completando a formação básica no Colégio Santo Antônio, para depois

seguir a carreira de médico, diplomando-se em 1856 na Faculdade de Medicina da Bahia. No retorno à terra natal, dedica-se à clínica médica e ao ensino secundário, vindo a ser diretor do Liceu de Artes e Ofícios. Vocacionado para a pesquisa científica, participou da fundação do Instituto Arqueológico e Geográfico de Alagoas (Iaga), merecendo a escolha dos seus pares para assumir o cargo de secretário perpétuo daquela associação civil. Ali, teve chance de desenvolver estudos e pesquisas, disseminadas por meio da *Revista do Iaga*, por ele fundada em 1872, projetando a entidade em âmbito nacional.

Publica o primeiro inventário da imprensa alagoana, escrito em 1870 sob a forma de comunicação destinada aos sócios do Iaga. Trata-se do texto fundacional do pensamento comunicacional alagoano, focalizando a implantação e o desenvolvimento da imprensa em Alagoas, veiculado pela *Revista do Iaga* (Cabral, 1874a).

Dias Cabral filia-se à corrente histórica antilusitana, então vigente no país, condenando a obtusidade da colonização portuguesa pelos obstáculos criados à implantação precoce da imprensa e enaltecendo a tentativa de criação da imprensa feita pelos invasores holandeses no século XVII. Defende também a tese de que o espírito nacional só eclodiria após a abdicação de Pedro I, quando o governo transitório (Regência) afrouxou os elos da servidão imperial, propiciando a institucionalização das províncias e permitindo que as localidades assumissem suas identidades.

Em tal contexto, a imprensa adquire função, força e significado. Foi produto desse movimento de afirmação provincial a criação em Maceió, em 1831, de uma sociedade patriótica, destinada a trazer do Recife uma tipografia, em que se publicou em agosto o jornal *Iris alagoense*, o primeiro hebdomadário alagoano.

Embora reconheça o pioneirismo do tipógrafo francês Adolpho Emile Bois Garin, responsável pelas primeiras edições do jornal alagoano, Dias Cabral enaltece os “decanos dos nossos typográficos”: João Simplício da Silva Maia e Bartolomeu José de Carvalho, aprendizes que rapidamente dominaram a técnica da impressão em Alagoas.

Assinala com pertinácia o clima de coação à liberdade de imprensa, perpetrado pelas oligarquias locais, responsáveis pela fuga precoce do tipógrafo francês, o que voltaria a ocorrer em relação a outros adventícios que protagonizaram a história da imprensa de Alagoas. Seu inventário das iniciativas destinadas ao desenvolvimento da imprensa e do jornalismo em terras alagoanas é marcado pelo reconhecimento das renhidas contendas políticas entre grupos adversários, tornando o exercício do jornalismo atividade de risco e a manutenção da imprensa empreendimento umbilicalmente ligado ao poder público.

Sua conclusão é, em certo sentido, pessimista, proclamando que, em Alagoas, o solo reservado à imprensa tem sido árido em face do ambiente de temor enfrentado por aqueles “nobres lutadores” que ousaram praticar o jornalismo. Como jornalista, ele colaborou no *Diário das Alagoas* e no *Diário da manhã*.

Além de haver delineado o perfil da atividade comunicacional pública, Dias Cabral fez incursões por intermédio de outros processos comunicacionais situados na fronteira daqueles fenômenos rotulados por Luiz Beltrão como folkcomunicacionais. Ele realizou trabalhos de campo destinados a resgatar as contribuições negras, indígenas e lusitanas para a construção de símbolos que forjaram a identidade cultural alagoana.

Alagoas tem uma dívida intelectual com Dias Cabral, primeiro secretário perpétuo do Iaga. Reconhecido como “sábio” por seus contemporâneos, ele peregrinou por diversos territórios cognitivos, legando às novas gerações cartografia da cultura alagoana, a ser explorada, aprofundada e continuada.

Esse resgate foi, em certo sentido, deslanchado por Moacir Medeiros de Sant’Ana (1985) e agora conquista a adesão de Luiz Sávio de Almeida (2004). Ambos constroem perfis comparativos, estabelecendo paralelos entre Dias Cabral e dois outros pensadores alagoanos. Sant’Ana compara seu trabalho historiográfico com o de Craveiro Costa, escritor da geração seguinte, enquanto Almeida busca afinidades com seu companheiro Silva Croatá, cofundador do Instituto Histórico de Alagoas.

Entre suas publicações de interesse para o campo comunicacional, destacam-se: *Esboço histórico acerca da fundação e desenvolvimento da imprensa em Alagoas* (Cabral, 1874a); *Narração de alguns sucessos relativos à Guerra dos Palmares* (Cabral, 1875); *Esclarecimento acerca da significação de alguns termos da língua tupi, conservados na geografia das Alagoas* (Cabral, 1876); *Pesquisa rápida acerca da fundação de alguns templos da Vila de Santa Madalena da Lagoa do Sul, agora Cidade das Alagoas* (Cabral, 1874b); e *Vestígios de uma antiga família estabelecida na Vila de Santa Madalena da Lagoa do Sul* (Cabral, 1879).

5 SÉCULO XX: COSTA REGO

Pedro da Costa Rego nasceu em Pilar, em 1889, transferindo-se aos 11 anos de idade para o Rio de Janeiro. Educado pelo tio, o jornalista Antônio José de Oliveira e Silva, fez-se um periodista dos mais respeitados no Brasil. Foi secretário da Agricultura de Alagoas em 1912, deputado federal em três legislaturas, nos períodos 1915-1917, 1918-1920 e 1921-1923, governador de Alagoas de 1924 a 1928 e senador nos períodos 1929-1930 e 1935-1937. Faleceu no Rio de Janeiro, aos 65 anos de idade, em 1954.

Não obstante tenha sido um jornalista que desfrutou de grande prestígio em sua época, Costa Rego vem sendo vítima do esquecimento nacional, como ocorre com tantos outros profissionais da imprensa. Quem lhe faz justiça é Fernando de Azevedo, que o arrola como um dos proeminentes jornalistas brasileiros do século XX, em sua obra clássica *A cultura brasileira*, escrita em 1943 (Azevedo, 1963, p. 697).

Na sua trajetória pública, destacam-se duas facetas: o jornalista e o político. O jornalismo serviu-lhe de escada para ascender na política. As duas atividades confluíram para a terceira vertente (a de escritor), esta motivada pelo convívio com os literatos que habitavam o cenário do *Correio da manhã*, estimulando-o à publicação de três livros.

Se o desempenho político de Costa Rego suscitou controvérsias, sua ação jornalística mostra-se consistente e coerente. Foi um profissional sério, disciplinado, rigoroso e respeitado pela sua corporação. Daí o convite que lhe fizeram os dirigentes da Universidade do Distrito Federal (UDF) para implantar a primeira cátedra de jornalismo do Brasil.

Sua pedagogia da austeridade fez escola, embora mantivesse, fora da redação do jornal, relações cordiais com seus colaboradores. Ele se tornou figura lendária na imprensa carioca, motivando depoimentos de seus aprendizes de jornalismo, como Otto Lara Resende e Antonio Callado.

Na década de 1940, o *Correio da manhã* liderava a imprensa da capital da República. Na cúpula da redação, pontificava uma “República das Alagoas”, chefiada por Costa Rego e integrada por Aurélio Buarque de Holanda, Graciliano Ramos e Rodolfo Mota Lima. “Mandão, exigente e irritadiço, porém competente, o redator-chefe zelava pela *ortografia da casa*, expressão cunhada por Paulo Bittencourt para definir o jeito de ser do jornal” (Moraes, 1992, p. 241).

Antonio Callado, que seria o sucessor de Costa Rego na chefia da redação, assim descreve a atuação daquele grupo:

os alagoanos, na prática, cuidavam do texto. Não tinham nada das ranhetas, não; apenas fiscalizavam a linguagem e o estilo. Naquela época, aprendia-se português muito melhor do que hoje, havia mais consciência do valor da língua (Moraes, 1992, p. 241).

Se no topo figuravam os alagoanos, o conjunto da redação era formado por uma equipe de qualidade, pois Costa Rego esmerava-se em recrutar jornalistas competentes.

O episódio da contratação de Graciliano Ramos para integrar aquela redação é muito emblemático. As relações entre Costa Rego e Graciliano Ramos eram mutuamente respeitadas e cordiais.

Correndo contra o relógio, Costa Rego e Graciliano Ramos raramente conversavam durante o fechamento. O redator-chefe fazia questão de que seus artigos fossem lidos previamente por Graciliano, que, concentrado na tarefa, com ar grave, desestimulava os que pretendiam abordá-lo (Moraes, 1992, p. 242).

Eles se conheciam desde os tempos em que haviam militado na política alagoana. Aurélio Buarque de Holanda, o amigo que os reaproximou, neles identificava qualidades literárias, além da origem territorial comum. Cabe-lhe a iniciativa de encorajar Costa Rego para reunir em livro uma seleção de seus escritos jornalísticos e seus discursos políticos, convencendo-o do mérito literário que possuíam. Prontifica-se a redigir-lhe o prefácio, no qual o designa como “jornalista ideal” pelo cultivo de dois atributos da escrita: precisão e síntese (Holanda, 1952). Por isto, seu biógrafo não se equivoca ao dizer:

o jornalista e o escritor formavam uma simbiose perfeita. Os artigos, as crônicas e os discursos que produziu, todos se somam na beleza do estilo, que se alicerça em frases bem construídas. São escritos altamente conceituosos, e muitos chegam a ser antológicos. Alguns deles estão aconchegados nas páginas de *Águas passadas*, *Na terra natal* e *Economia mal dirigida*, dimensionando a arte de escrever do jornalista-escritor (Sapucaia, 1989, p. 10).

Todavia, para ser completo, seu perfil precisaria incluir sua atividade docente. Ela se resume, contudo, a um traço no seu registro biográfico:

mesmo sem ter frequentado nenhum curso superior, já que no Rio estudou apenas no Mosteiro de São Bento, tornou-se professor do Curso de Jornalismo da Faculdade de Filosofia, no Rio de Janeiro, lecionando a cadeira de História das Américas, fato este que diz da sua inteligência e da sua capacidade intelectual (Sapucaia, 1989, p. 10).

Quando faleceu, em 1954, a sociedade carioca tributava a Costa Rego homenagem de estadista.

A obra publicada de Costa Rego compõe-se de três volumes. O conteúdo dos dois primeiros – *Na terra natal* (Rego, 1928) e *Economia mal dirigida* (1945) – refere-se à sua intervenção exclusivamente na política.

Somente *Águas passadas* (1952) contém pistas da sua atuação jornalística. Ela inclui também o ensaio que produziu – *Como foi que persegui a imprensa* (Rego, 1930) –, defendendo-se das acusações dos seus adversários na política alagoana de que havia perseguido a imprensa durante sua gestão governamental.

O livro tem duas partes. A primeira é uma coletânea de discursos e ensaios sobre temas diversos. A segunda enfeixa as notas da viagem que o autor fez à Europa em 1948.

Do conjunto da obra, quatro capítulos são dedicados especificamente ao jornalismo. Três são peças de oratória e um configura-se como ensaio de

combate – melhor dizendo: de defesa – político. Examinando-se cada um destes textos, é possível identificar as concepções jornalísticas esposadas por Costa Rego. Elas estão situadas em quatro eixos temáticos: *i)* natureza do jornalismo; *ii)* missão do jornalista; *iii)* direito de resposta; e *iv)* relação entre imprensa e governo. Quem fez a exegese do seu pensamento jornalístico foi a jornalista Lidiane Diniz, em dissertação de mestrado defendida em 2010, na Universidade Metodista de São Paulo.

6 SÉCULO XXI: DOUGLAS APRATTO TENÓRIO

Douglas Apratto Tenório nasceu em São Miguel dos Campos, em 1^a de janeiro de 1945, onde estudou o primeiro grau. Transferindo-se para Maceió, completou sua formação secundária no colégio Guido Fontgalland e graduou-se em história na Universidade Federal de Alagoas (Ufal). A pós-graduação foi realizada na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na qual obteve os títulos de mestre e doutor em história.

Sua carreira acadêmica foi desenvolvida na Ufal, onde galgou os postos mais elevados na escala docente, como professor de história do Brasil, e no plano da gestão pública, como diretor de Instituto e secretário de Estado. Obteve reconhecimento intelectual, ocupando cadeiras vitalícias na Academia Alagoana de Letras e no Instituto Histórico de Alagoas, entre outras distinções. Atualmente, é vice-reitor da mais importante universidade comunitária do estado, o Centro Universitário de Maceió (CESMAC).

Data de sua temporada pernambucana o interesse pelos fenômenos comunicacionais, seja no âmbito da comunicação cultural (imprensa), seja no domínio da comunicação espacial (ferrovias). Uma de suas primeiras experiências investigativas foi a repartição de tarefas que propôs ao colega de mestrado Pedro Teixeira, quando desafiados pelo mestre Armando Souto Maior a inventariar os vestígios da imprensa alagoana do fim do século XIX nos arquivos públicos pernambucanos. Eles apresentaram em dupla o trabalho na sala de aula, optando Apratto Tenório por converter sua parte da pesquisa em livro, que circulou na academia em 1977.

É justamente nessa obra da mocidade que Apratto Tenório esboça seu pensamento comunicacional, vislumbrando o desenvolvimento da imprensa alagoana como parte integrante de conjuntura bafejada pelos “ventos da modernização” do estado de Alagoas.

Diferente da maioria dos pensadores nacionais, que desenvolveram ideias fragmentadas, Apratto Tenório mostra-se propenso a pensar holisticamente os fenômenos comunicacionais, não estabelecendo fronteiras entre as comunicações espaciais (transportes) e as culturais (mídia).

Reconstituindo o “surto de melhoramentos”, que ocorreu em Maceió e cidades do interior, ele não perde de perspectiva as redes de locomoção urbana e as vias de comunicação intermunicipais e interestaduais (estradas de rodagem, portos, ferrovias etc.) como elementos da infraestrutura providencial para o transporte de mercadorias, pessoas, notícias e ideias.

Nesse sentido é que Apratto Tenório concebe a imprensa não apenas como “fonte histórica” mas também como instituição dinamizadora do progresso local, alavancado pelas suas vanguardas culturais.

O desafio de resgatar a explicitação do seu pensamento comunicacional pressupõe um recorte na sua prolífica historiografia. Por isto, limitar-se-á a um segmento específico – ou seja, o bloco de livros em que faz disseminação científica, dialogando-se extrapares.

Trata-se de amostra constituída por três obras: *Capitalismo e ferrovias no Brasil* (Tenório, 1996), *A tragédia do populismo* (Tenório, 1995) e *Metamorfose das oligarquias* (Tenório, 1997), às quais se referirá, no correr desta análise exploratória, respectivamente, de modo abreviado: *Ferrovias*, *Populismo* e *Oligarquias*.

É justamente em *Ferrovias* que Tenório (1996) mostra a natureza holística da sua compreensão do fenômeno da comunicação, embora privilegie a visão infraestrutural, reservando às demais obras a ênfase para os fatores superestruturais.

Em *Ferrovias*, o fenômeno social da comunicação recebe tratamento substantivo, catalisando-se o foco de metade dos capítulos, sendo que em cinco o autor conceitua, problematiza e argumenta a propósito das “comunicações físicas” (os caminhos de ferro em Alagoas, no Nordeste, no Brasil e na Inglaterra), deixando apenas um para apreender o sentido das “comunicações culturais” (a imprensa como fonte histórica).

Sua tese é que as ferrovias cumpriram papel decisivo na dinamização de economias dependentes e autárquicas, conduzindo aos portos marítimos as mercadorias produzidas no interior do país e, ao mesmo tempo, transportando produtos culturais gerados além-mar para abastecer a mídia nacional, ou, então, para difundir a cultura de massa junto aos consumidores potenciais. Esta dupla face é reconhecida pelo autor, que assim indica a essência do referido livro.

Nas duas obras posteriores, a comunicação figura secundariamente, sendo incluída como fator adjetivo e elemento complementar da sociedade alagoana, no apagar das luzes do século XIX e durante todo o século XX. No bojo destas mudanças, estão os aparatos midiáticos.

Em *Oligarquias*, o viés comunicacional que suscita maior atenção é o uso intensivo da imprensa como instrumento de poder ou arma para neutralizar a ação política dos adversários. É o que o oligarca Euclides Malta não hesitou em usar para se fortalecer politicamente.

Para fazer frente às duras acusações da imprensa adversária, Euclides adquiriu equipamentos modernos e importados para o jornal *A Tribuna*, que passou a ser o mais bem dotado do estado. Por meio da máquina administrativa, ajudava os outros órgãos que adotavam uma linha de discreto apoio a seu grupo ou, no máximo, se mantinham equidistantes das críticas, e, por outro lado, dificultava a vida dos persistentes jornais de oposição (Tenório, 1997, p. 98).

Finalmente, convém prestar atenção à advertência feita por Apratto Tenório, relativizando o fator comunicacional em processo extremamente complexo e multifacetado:

o fenômeno oligárquico é mais complexo; não se restringe apenas a indivíduos ou a famílias que governam indefinidamente o Estado. É preciso também sentir as transformações por que passa uma sociedade que sai aos poucos do casulo agrário-isolacionista para uma tímida urbana-industrialização. Faz-se necessário conhecer mais amplamente a formação histórica de Alagoas e a evolução da nossa sociedade, desde os primórdios do período colonial, quando se consolidou a ocupação e a propriedade da terra. É preciso ir mais além, percorrer a modernização da última metade do século XIX, com a revolução nos transportes ferroviários e na navegação e chegar até o advento da República (Tenório, 1997, p. 131).

Sua bibliografia é composta por inúmeros títulos, dos quais são importantes o livro-reportagem *A tragédia do populismo* (Tenório, 1995) e os ensaios de *Capitalismo e ferrovias no Brasil* (Tenório, 1996) e *Metamorfose das oligarquias* (Tenório, 1997). Também vale a pena incluir o álbum-memória, escrito em parceria com Carmen Lúcia Dantas, *Redescobrimos a cartofilia alagoana* (Tenório e Dantas, 2008).

Uma lista exaustiva de seus livros e artigos publicados em revistas pode ser consultada na obra *ABC das Alagoas* (Barros, 2005, tomo I, p. 81-83).

Além de publicar artigos de divulgação na imprensa alagoana (*Revista mocidade*, *Jornal de Alagoas*, *Diário de Alagoas*, *Jornal de hoje* e *Correio de Maceió*), Apratto Tenório coordenou algumas séries históricas que repercutiram intensamente em Alagoas, com o apoio da *Gazeta de Alagoas*, em que foram inseridos os fascículos respectivos. As mais recentes foram intituladas *Enciclopédia municípios de Alagoas* (2006) e *Memória cultural de Alagoas* (2001). A primeira inventariou o passado e o presente de todos os municípios integrantes das dezesseis microrregiões geopolíticas de Alagoas. A segunda focalizou as trajetórias de 25 intelectuais alagoanos que se projetaram na cultura brasileira. Elas foram precedidas pelo documentário *Memória legislativa*, também encartado semanalmente no jornal das Organizações Arnon de Mello, em 1999, contendo os perfis biográficos de parlamentares emblemáticos do estado de Alagoas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, L. S. **Dois textos alagoanos exemplares**. Maceió: Funesa, 2004.
- AZEVEDO, F. **A cultura brasileira**: introdução ao estudo da cultura no Brasil. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1963.
- BARROS, F. R. A. **ABC das Alagoas**. Brasília: Edições do Senado Federal, 2005.
- CABRAL, J. F. D. Esboço histórico acerca da fundação e desenvolvimento da imprensa em Alagoas. **Revista do Iaga**, Maceió, v. 1, n. 5, p. 99-109, 1874a.
- _____. Pesquisa rápida acerca da fundação de alguns templos da Vila de Santa Madalena da Lagoa do Sul, agora Cidade das Alagoas. **Revista do Iaga**, Maceió, v. 2, n. 5, p. 1-11, 1874b.
- _____. Narração de alguns sucessos relativos à Guerra dos Palmares. **Revista do Iaga**, Maceió, v. 1, n. 7, p. 1.161-1.187, 1875.
- _____. Esclarecimento acerca da significação de alguns termos da língua tupi, conservados na geografia das Alagoas. **Revista do Iaga**, Maceió, v. 1, n. 8, p. 202-206, 1876.
- _____. Vestígios de uma antiga família estabelecida na Vila de Santa Madalena da Lagoa do Sul, **Revista do Iaga**, v. 2, n. 11, p. 14-25, 1879.
- HOLANDA, A. Prefácio. In: REGO, P. C. **Águas passadas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952.
- MARQUES DE MELO, J. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.
- _____. **História política das ciências da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008a.
- _____. **Mídia e cultura popular**. São Paulo: Paulus, 2008b.
- _____. **História do jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2012.
- MARQUES DE MELO, J.; GAIA, R. **Sertão glocal**. Maceió: Edufal, 2010.
- MORAES, D. **O velho Graça**: uma biografia de Graciliano Ramos. Rio de Janeiro: José Olympio, 1992.
- REGO, P. C. **Na terra natal (1924-1928)**. Maceió: Imprensa Oficial, 1928.
- _____. **Como foi que persegui a imprensa**. Rio de Janeiro: edição particular, 1930.
- _____. **Águas passadas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952.

SANT'ANA, M. M. Dois historiadores: Craveiro Costa e Dias Cabral. **Revista do IHGA**, v. XXXIX, 1985.

SAPUCAIA, A. **Costa Rego, esse esquecido**. Maceió: Sergasa, 1989.

TENÓRIO, D. A. **A tragédia do populismo**. Maceió: Edufal, 1995.

_____. **Capitalismo e ferrovias no Brasil**. Curitiba: HD Livros, 1996.

_____. **Metamorfose das oligarquias**. Curitiba: HD Livros, 1997.

TENÓRIO, D. A.; DANTAS, C. L. **Redescobrimos a cartofilia alagoana**. Recife: Massangana, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUNHA, L. A. **A universidade temporária: o ensino superior da colônia à Era Vargas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARQUES DE MELO, J. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.

_____. **Vestígios da travessia**. São Paulo: Paulus, 2009.

_____. Contribuições de Douglas Apratto ao pensamento comunicacional alagoano. **Revista brasileira de história da mídia**, Guarapuava, v. 1, n. 2, p. 85-93, jul./dez. 2012.

MARQUES DE MELO, J.; CASTRO, D. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil: memória**. Brasília: Ipea, 2012. v. 3.

REGO, P. C. Da imortalidade dos jornais. In: RESENDE, O. L. **O príncipe e o sabiá: e outros perfis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

RODRIGUES, J. H. **História viva**. São Paulo: Global, 1985.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

EDITORIAL

Coordenação

Cláudio Passos de Oliveira

Supervisão

Everson da Silva Moura

Reginaldo da Silva Domingos

Revisão

Andressa Vieira Bueno

Clícia Silveira Rodrigues

Idalina Barbara de Castro

Laeticia Jensen Eble

Leonardo Moreira de Souza

Luciana Dias

Marcelo Araújo de Sales Aguiar

Marco Aurélio Dias Pires

Regina Marta de Aguiar

Olavo Mesquita de Carvalho

Regina Marta de Aguiar

Celma Tavares de Oliveira (estagiária)

Patricia Firmina de Oliveira Figueiredo (estagiária)

Editoração

Aline Rodrigues Lima

Bernar José Vieira

Daniella Silva Nogueira

Danilo Leite de Macedo Tavares

Jeovah Herculano Szervinsk Junior

Leonardo Hideki Higa

Daniel Alves de Sousa Júnior (estagiário)

Diego André Souza Santos (estagiário)

Capa

Andrey Tomimatsu

Livraria

SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo

70076-900 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3315 5336

Correio eletrônico: livraria@ipea.gov.br

Missão do Ipea

Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

