Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI

Conhecimento, leituras e práticas contemporâneas

Osvando J. de Morais
organizador

INTERCOM
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO

Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI

Conhecimento, leituras e práticas contemporâneas

DIRETORIA EXECUTIVA - TRIÊNIO 2014 2017

Presidência – Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
Vice-Presidência – Ana Silvia Lopes Davi Médola (UNESP)
Diretoria Financeira – Fernando Ferreira de Almeida (METODISTA)
Diretoria Administrativa – Sonia Maria Ribeiro Jaconi (METODISTA)
Diretoria Científica – Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)
Diretoria Cultural – Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU)
Diretoria de Projetos – Tassiara Baldissera Camatti (PUCRS)
Diretoria de Documentação – Ana Paula Goulart Ribeiro (UFRJ)
Diretoria Editorial – Felipe Pena de Oliveira (UFF)
Diretoria de Relações Internacionais – Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
Diretoria Regional Norte – Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues (UFAM)
Diretoria Regional Nordeste – Aline Maria Grego Lins (UNICAP)
Diretoria Regional Sudeste – Nair Prata Moreira Martins (UFOP)
Diretoria Regional Sul – Marcio Ronaldo Santos Fernandes (UNICENTRO)
Diretoria Regional Centro-Oeste – Daniela Cristiane Ota (UFMS)

Conselho Fiscal

Elza Aparecida de Oliveira Filha (UP)
Luiz Alberto Beserra de Farias (USP)
Osvando J. de Morais (UNESP)
Raquel Paiva de Araujo Soares (UFRJ)
Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão (USP)

Conselho Curador – quadriênio 2013-2017

Presidente – José Marques de Melo
Vice-Presidente – Manuel Carlos da Conceição Chaparro
Secretária – Cicília Maria Krohling Peruzzo
Conselheiro – Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Conselheira – Anamaria Fadul
Conselheiro – Antonio Carlos Hohlfeldt
Conselheiro – Gaudêncio Torquato
Conselheira – Margarida Maria Krohling Kunsch
Conselheira – Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Conselheira – Sonia Virginia Moreira

Secretaria Executiva Intercom

Gerente Administrativo – Maria do Carmo Silva Barbosa
Web Designer – Genio Nascimento
Assistente de Comunicação e Marketing – Jovina Fonseca

Direção Editorial
Felipe Pena de Oliveira

Presidência
Muniz Sodré (UFRJ)

Conselho Editorial – Intercom

Alex Primo (UFRGS)
Alexandre Barbalho (UFCE)
Ana Sílvia Davi Lopes Médola (UNESP)
Christa Berger (UNISINOS)
Cicília M. Krohling Peruzzo (UMESP)
Erick Felinto (UERJ)
Etienne Samain (UNICAMP)
Giovandro Ferreira (UFBA)
José Manuel Rebelo (ISCTE, Portugal)
Jeronimo C. S. Braga (PUC-RS)
José Marques de Melo (UMESP)
Juremir Machado da Silva (PUCRS)
Luciano Arcella (Universidade d'Aquila, Itália)
Luiz C. Martino (UnB)
Marcio Guerra (UFJF)
Margarida M. Krohling Kunsch (USP)
Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)
Marialva Barbosa (UFF)
Mohammed Elhajii (UFRJ)
Muniz Sodré (UFRJ)
Nélia R. Del Bianco (UnB)
Norval Baitelo (PUC-SP)
Olgária Chain Féres Matos (UNIFESP)
Osvando J. de Morais (UNESP)
Paulo B. C. Schettino (UFRN/ASL)
Pedro Russi Duarte (UnB)
Sandra Reimão (USP)
Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)

Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI

Conhecimento, leituras e práticas contemporâneas

Osvando J. de Morais
organizador

São Paulo
Intercom
2014

Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI – conhecimento, leituras e práticas contemporâneas

Copyright © 2014 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Editor
Osvando J. de Morais

Projeto Gráfico e Diagramação
Mariana Real e Marina Real (OJM Casa Editorial)

Capa
Mariana Real e Marina Real (OJM Casa Editorial)

Imagem da capa: O Juízo Final (Michelângelo)

Preparação de originais
OJM Casa Editorial

Revisão
Carlos Eduardo Parreira (OJM Casa Editorial)

Revisão Final
OJM Casa Editorial

Ficha Catalográfica

Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas / Organizador, Osvando J. de Morais. – São Paulo: INTERCOM, 2014.
739 p.

E-book.
ISBN: 978-85-8208-087-0

1. Comunicação. 2. Teorias da Comunicação. 3. Jornalismo. 4. Publicidade e Propaganda. 5. Relações Públicas. 6. Comunicação organizacional. 7. Cinema. 8. Rádio e Televisão. 9. Ensino. 10. Pesquisa. Metodologia. I. Morais, Osvando J. de. II. Título.

CDD-300

Todos os direitos desta edição reservados à:
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM
Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros
CEP: 05415 – 012 – São Paulo – SP – Brasil – Tel: (11) 2574 – 8477 / 3596 – 4747 / 3384 – 0303 / 3596 – 9494
http://www.intercom.org.br – E-mail: intercom@usp.br

Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI

Conhecimento, leituras e práticas contemporâneas

Osvando J. de Morais
organizador

São Paulo
Intercom
2014

Agradecimentos

Agradeço muitíssimo a todos os autores que compareceram a tempo e acreditaram na ideia e também àqueles que por quaisquer motivos ou razões não puderam participar, não quiseram ou simplesmente foram levados e se deixaram levar de modo consciente pelas águas do esquecimento.

Alexandre Rocha da Silva, Aline Strelow, Álvaro Benevenuto Jr., Ana Elisa Ribeiro, Ana Gruszynski, André Pasti, Angelo Brás Fernandes Callou, Antonio Hohlfeldt, Ary José Rocco Junior, Christina Ferraz Musse, Cristina Schmidt, Edna Mello, Edson Fernando Dalmonte, Eliana Nagamini, Elza Oliveira Filha, Felipe Trotta, Greicy Mara França, Gustavo Souza, Iluska Coutinho, Isaltina Maria A. Mello Gomes, Jeder Janotti Junior, José Carlos Marques, Juçara Brittes, Karina Janz Woitowicz, Laura Loguercio Cánepa, Leonel Azevedo de Aguiar, Luciana Miranda Costa, Márcio Souza Gonçalves, Maria Clotilde Perez, Maria Cristina Castilho Costa, Maria Cristina Gobbi, Maria Cristina Palma Mungioli, Maria Isabel Orofino, Maria José Baldessar, Maria Lília Dias de Castro, Maria Salett Tauk Santos, Mayara Martins da Quinta A. da Silva, Micael Herschmann, Nair Prata, Paulo César Boni, Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa, Rejane de Mattos Moreira, Ricardo Alexino Ferreira, Roseméri Laurindo, Ruy Sardinha Lopes, Samuel Paiva, Silvia Góis Dantas, Simone Pereira de Sá e Sonia Virginia Moreira.

Osvando J. de Morais

Sumário

Apresentação 17
Osvando J. de Morais

1ª Parte – Teorias, Dimensões e Reconfigurações: Jornalismos, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Comunicação Organizacional

Capítulo 1
História do Jornalismo – Os primeiros quatro anos de um grupo de pesquisa 24
Antonio Hohlfeldt
Aline Strelow

Capítulo 2
Formulações Históricas e Conceituais Sobre Gêneros Jornalísticos 49
Roseméri Laurindo

Capítulo 3
Cenário do Jornalismo Impresso: Entre Tensões e Potencialidades 74
Elza Oliveira Filha
Rejane de Mattos Moreira

Capítulo 4
Mapeamento dos trabalhos do Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo: análise preliminar das pesquisas apresentadas no triênio 2011-12-13 104
Leonel Azevedo de Aguiar

Capítulo 5
O telejornalismo como objeto de estudo: o olhar dos pesquisadores 134
Christina Ferraz Musse
Edna Mello
Iluska Coutinho

Capítulo 6
Publicidade e Propaganda: os rumos da pesquisa no país 150
Maria Lília Dias de Castro
Maria Clotilde Perez

2ª Parte – Comunicação Audiovisual, Fotografia, Televisão e outras Mídias

Capítulo 7

Estudos de Cinema na Intercom: Inovações, tradições e questões contemporâneas 182

Gustavo Souza

Laura Loguercio Cánepa

Samuel Paiva

Capítulo 8

GP Ficção Seriada: um relato sobre seus 21 anos, ou a maioridade de um objeto apaixonante 212

Maria Cristina Palma Mungioli

Maria Isabel Orofino

Silvia Góis Dantas

Capítulo 9

Fotografia: história, novas tecnologias e desafios acadêmicos 244

Paulo César Boni

Capítulo 10

Pesquisa em rádio no Brasil – o protagonismo do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom 277

Nair Prata

3ª Parte – Multimídia e Interfaces Comunicacionais: Culturas, Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas

Capítulo 11

Compartilhar conhecimento e técnicas acadêmicas de produção audiovisual alternativa 335

Álvaro Benevenuto Jr.

Capítulo 12

Comunicação e Educação: jogo de mediações no processo de didatização de adaptações cinematográficas 356

Eliana Nagamini

Capítulo 13

As Inquietações da Adolescência: Os Desafios Epistemológicos do GP de Comunicação e Esporte em Seus 18 anos de História 384

José Carlos Marques

Ary José Rocco Junior

Capítulo 14

Comunicação e Ciência: o desafio de uma construção epistemológica 414

Luciana Miranda Costa

Isaltina Maria A. Mello Gomes

Ricardo Alexino Ferreira

Greicy Mara França

Mayara Martins da Quinta A. da Silva

Capítulo 15
Consolidação dos Estudos de Música, Som e Entretenimento no Brasil 436
Micael Herschmann
Simone Pereira de Sá
Felipe Trotta
Jeder Janotti Junior

Capítulo 16
A pesquisa em produção editorial: objetos, interfaces e perspectivas teóricas 459
Ana Gruszynski
Márcio Souza Gonçalves
Ana Elisa Ribeiro

4ª Parte – Mídia, Cultura e Tecnologias: Comunicação, Comunidades e Espaço

Capítulo 17
Itinerários da pesquisa em comunicação para o desenvolvimento local no Brasil 487
Maria Salett Tauk Santos
Angelo Brás Fernandes Callou

Capítulo 18
Geografia e comunicação: diálogos mais que possíveis 520
Maria José Baldessar
Sonia Virginia Moreira
André Pasti

Capítulo 19
Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina 536
Maria Cristina Gobbi

5ª Parte – Interdisciplinaridades, Teorias e Dimensões Signicas

Capítulo 20
Comunicação e o debate sobre a liberdade de expressão 563
Maria Cristina Castilho Costa

Capítulo 21
As mutações do objeto de estudo e a contribuição da EPC para a renovação do campo comunicacional 598
Ruy Sardinha Lopes

Capítulo 22
A maioridade dos estudos em políticas de comunicação 630
Juçara Brittes

Capítulo 23
Desafios da pesquisa em Folkcomunicação: trajetória e fortalecimento da disciplina em um cenário de transformações socioculturais 662
Karina Janz Woitowicz
Cristina Schmidt

Capítulo 24
O processo semiótico da comunicação como estratificação e modelização 692
Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa
Alexandre Rocha da Silva

Capítulo 25
Comunicação, Tecnologia e Práticas Interativas: Diálogos e Circularidades 720
Edson Fernando Dalmonte

Apresentação

Apresentação

Ciências da Comunicação em Processo: *Paradigmas e Mudanças nas Pesquisas em Teorias da Comunicação no Século XXI - Conhecimento, Leituras e Práticas Contemporâneas*

Osvando J. de Morais
UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

O século XXI transita da revolução eletrônica para a digital com abrangência planetária na complexidade das comunicações, ampliando indefinidamente as Ideias sobre a construção do Campo que devem ser melhor justificadas com Teorias que atualizem os conceitos por meio de análises das questões fundamentais da atualidade. O objetivo principal da publicação deste Livro é contribuir a partir da análise das pesquisas apresentadas em cada GP, à luz das Teorias da Comunicação, as questões que envolvem novas abordagens, novas metodologias, com leituras e discussões de autores que refletem sobre o século XXI, como um Mapa do desenvolvimento da

Área em contínua transformação. Os resultados relevantes de suas pesquisas estudadas em profundidade por cada participante dos GP'S contribuem para o desenho deste mapeamento em processo. Neste contexto, pode-se falar em produtos midiáticos criados a partir de formatos digitais que transitam em diversos espaços simultaneamente, sem intervalo de tempo e que são comunicacionalmente uma reconfiguração das problemáticas resultantes das faltas de distinções temporais e espaciais. Pretende-se ainda que cada grupo interrogue o sentido das teorias, juntamente com as novas articulações de espaço e tempo nas culturas das mídias analógicas e digitais para avaliar o alcance e os limites desse *topos* contemporâneo. Os procedimentos inter, multi e transdisciplinar da comunicação e consequentemente das culturas produzem, por seu excesso, dificuldades de apreensão de sentido tanto para profissionais de mercado e acadêmicos. Deste modo, tanto os profissionais de comunicação, que utilizam suas linguagens quanto os que a têm como objeto de pesquisa e ensino, necessitam de bases teóricas que fundamentem projetos capazes de acompanhar, por meio de suas práticas, as permanentes mutações. A contração do tempo e a obsolescência precoce das tecnologias contemporâneas dificultam - e requerem – a compreensão de sua natureza na percepção e elaboração do conhecimento crítico dos novos *media*. Por fim, esses processos contribuem para a construção de culturas carregadas de um tecnicismo marcante que necessita de aprofundadas análises e avaliações permanentes.

Os múltiplos aspectos que envolvem o Jornalismo são discutidos em suas diversas dimensões, seja teórica, histórica, linguística e metodológica, efetivando criticamente reflexões em torno do tempo especial vivido pela área de comunicação como um todo. As reflexões sobre os seus gêneros e como entretenimento na contemporaneidade complementam e identificam o lugar do Jornalismo, não somente em relação às teorias, mas também quanto à sua importância para o campo da comunicação.

Nesta busca de afirmações que toda a área compartilha, o Jornalismo se posiciona tanto como atividade técnica, mercadológica, profissional, culminando com sua interface com a Educação nas pesquisas realizadas na academia, abarcando o ensino de suas práticas e os estudos teóricos. Prega-se neste exato momento a necessidade de se rever e se pensar os princípios éticos no que diz respeito ao compromisso que o jornalismo tem, de maneira geral, com o seu público. Trata-se de uma emergência que diz respeito à liberdade de imprensa e também à democratização dos meios de comunicação.

Nestes processos emergenciais, incluem-se as questões tecnológicas que forjam outros tipos de jornalismo, outras formas de fazer, outros profissionais e, mais ainda, outros leitores, quer sejam de textos verbais, não verbais ou imagéticos e mistos. É a informação que se transforma em cultura em seus vários sentidos: do ético, do bem comum, da verdade, princípios fundamentais de uma sociedade mais feliz.

As diferentes instâncias da res pública ou privada, face à revolução tecnológica também enfrentam os

mesmos dilemas que começam pelas teorias desgastadas, rançosas do século passado. Desse modo, ambas necessitam atualizações de conceitos, e mais ainda: de novas teorias que justifiquem esse mundo em revolução, ao aglutinar à comunicação seus segmentos como estratégias, linguagem, política, marketing eleitoral, mercado, merchandising, terminando por contemplar em seu conjunto como cultura o mundo da comunicação.

Os estudos e os processos relacionados à comunicação organizacional e relações públicas ocupam espaço privilegiado na área da comunicação, pois lidam com as práticas comunicativas tanto no ambiente interno das organizações quanto junto aos seu públicos específicos.

Trata-se da gestão nas organizações de caráter público, privado ou misto que também enfrentam os mesmos dilemas teóricos na transição do século passado para este novo que nos obrigou a todos a repensar as nossas práticas e teorias - ponte verdadeira entre mercado e academia.

A comunicação audiovisual: a fotografia, o rádio, o cinema, a televisão, incluindo outras mídias sonoras discute o momento presente, promissor tecnologicamente, mas igualmente carente de novos paradigmas teóricos e metodológicos. De certo modo, enfrentam-se as mesmas contradições e dilemas de uma área em plena expansão: os problemas são os mesmos e a passagem pela encruzilhada tecnológica fornece muito material para pesquisas relacionadas à linguagem e também à ética.

Quando se fala em multimídia, em ambientes multimidiáticos, nos remetemos basicamente às discussões

fundamentais, em várias dimensões da comunicação nos estudos da mídia ou dos *media* que exigem uma atualização constante. Basta lembrar os conceitos "comunicação midiática", "cultura midiática" e outros, para historicamente vincular a revolução vivida hoje com os problemas enfrentados nas últimas décadas do século passado.

Nomes de pioneiros como Marshall McLuhan são retomados metaforicamente como modelo, tendo como propósito a tomada de consciência do tamanho da revolução à nossa volta, os níveis de implicações em nossas pesquisas bem como sua amplitude que buscam respostas teóricas e metodológicas.

Os estudos culturais na América Latina enfrentam questões espinhosas que envolvem a comunicação, a cidadania, as minorias étnicas e de gênero, as dimensões e diversidades étnicas e culturais e espaciais e os discursos ideológicos sobre o local, o regional e o global.

Demasiado complexo o universo gerado por múltiplas preocupações findam por tornarem as questões temáticas aqui apresentadas de grande responsabilidade de seus pesquisadores.

Os estudos comunicacionais latino-americanos viveram durante décadas sob a égide de dois únicos e grandes pesquisadores, que se tornaram referências também únicas e modelos igualmente únicos. É de nossa responsabilidade encontrar outros caminhos teóricos, descobrir ou trazer à luz autores que fazem pesquisas, teorizam, e buscam dialogar sobre as mesmas questões compartilhadas por todo o continente, sem cair no vazio de se usar os conceitos de cidadania e minorias.

Como já temos dito com certa constância, as teorias da comunicação ainda não encontraram seu próprio caminho. Vivemos a síndrome da autoridade estadunidense-canadense e europeia. Nós não nos lemos e, não nos conhecemos. O que parece reverberar a voz e o canto que afirmam que o Brasil não conhece o Brasil.

Parece haver uma crise geral de reconhecimento de questões candentes e de fuga ao auto reconhecimento. Nossas pesquisas caem sempre em um vazio mortal. São esquecidas e sequer lidas por nossos pares. Sofremos do complexo de Montezuma, sentimos uma atração vertiginosa e incontrolável por aquilo - seja o que for - que vem de fora. Não se trata de reivindicar xenofobia – passemos muito longe disso, mas de buscar diacrônica e sincronicamente justificativas em nossas raízes para o que somos ou para o que queremos ser ou escolheremos não ser.

É este o propósito deste livro.

Temos mitos, história, ritos, autores: cultura.

Este livro nasceu há algum tempo atrás, diríamos, faz anos que se engendra. Nasceu de uma vontade de compartilhar pesquisas, ideias, ansiedades, desejos e sonhos sonhados e por sonhar. Como quer a personagem de André Gide em seus moedeiros falsos somente os romancistas colocam ponto final. Na vida real, sempre continua. Promessa cumprida aos amigos também coordenadores quando estivemos à frente do Grupo de Pesquisa de Teorias da Comunicação e tenteávamos a ver caminhos fora das repetições, dos mesmos autores, das mesmices e do lugar comum.

1ª Parte

Teorias, Dimensões e Reconfigurações: Jornalismos, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Comunicação Organizacional

Capítulo 1

História do Jornalismo – Os primeiros quatro anos de um grupo de pesquisa

Antonio Hohlfeldt[1]
Aline Strelow[2]

A preocupação com os aspectos históricos marca os estudos brasileiros sobre Jornalismo, desde seu início. A história da pesquisa em Comunicação, no país, tem sua origem conhecida no texto do cônego J. C. Fernandes

1. Pós-doutor em Jornalismo pela Universidade Fernando Pessoa, Professor do PPGCOM da FAMECOS-PUCRS. Coordenador do GP História do Jornalismo da Intercom, nos anos de 2009 e 2010. Ex-Presidente da Intercom, por dois mandatos, de 2009 a 2014.

2. Professora Adjunta da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Doutora e Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Coordenadora do GP História do Jornalismo da Intercom de 2011 a 2014.

Pinheiro. Sob o título *A imprensa no Brasil*, o trabalho foi publicado em 1859, no *Jornal Ilustrado*, revista cultural de caráter híbrido, dedicada à ciência, indústria, literatura, história e mais um sem número de assuntos (MARQUES DE MELO, 2003, p. 145). As questões que animavam os estudiosos da época estavam relacionadas às origens da imprensa brasileira: quando, como e por quem ela teria sido implantada?

Na virada para o século XX, foram publicadas as investigações de Alfredo de Carvalho sobre a imprensa da Bahia e de Pernambuco. Visionário, empreendeu a primeira pesquisa em rede sobre o tema no país – além de narrar a história dos jornais e revistas pernambucanos, incentivou os colegas de diferentes regiões do Brasil a fazerem o mesmo, em equipe liderada por ele.

O viés histórico se fortalece ao longo do século XX, como a multiplicação de estudos envolvendo a imprensa e os jornais. Goldstein (1984), em análise sobre a pesquisa em jornalismo impresso no Brasil, nas décadas de 1960 e 1970, identifica os estudos históricos como uma tendência marcante, ao lado da prática jornalística e dos estudos acadêmicos e teóricos. Em diferentes iniciativas de sistematização do campo, direcionadas à contemporaneidade (WAINBERG e PEREIRA, 1999; MOREIRA, 2005; BENETTI, 2005; MEDITSCH e SEGALA, 2005; BARBOSA, 2010; STRELOW, 2011), a História do Jornalismo aparece, com maior ou menor incidência, entre os temas preferenciais de investigação, pelos pesquisadores brasileiros da área.

Nos primeiros anos do século XXI, a pesquisa em história do jornalismo viveu um período de renovação,

consolidando-se como disciplina nos currículos universitários e ganhando novos espaços de discussão acadêmica, como o Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – Intercom e o Grupo Temático História do Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia – Alcar.

No caso da Intercom, o grupo teve origem em 2009, quando o Núcleo de Pesquisa em Jornalismo, um dos maiores da instituição, fragmentou-se com o objetivo de proporcionar discussões mais aprofundadas sobre temas específicos. Naquele momento, o Jornalismo transformou-se em *Divisão Temática* e foram criados, dentro dela, os seguintes *Grupos de Pesquisa*: *Gêneros Jornalísticos*, *História do Jornalismo*, *Jornalismo Impresso*, *Teoria do Jornalismo* e *Telejornalismo*. As mudanças foram efetivadas no congresso da Intercom daquele ano e o grupo de *História do Jornalismo* recebeu 27 artigos.

Mapeamento dos estudos da área

Neste capítulo, vamos mapear os estudos da área através dos 115 trabalhos apresentados em seis anos do Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Intercom (2009 a 2013). A partir do resultado quantitativo, partiremos para uma análise qualitativa dos principais focos de pesquisa e das tendências apontadas por essas

investigações. A primeira tabela apresenta o número de trabalhos por ano[3]:

Trabalhos por ano	
2009 – Curitiba	27
2010 – Caxias do Sul	21
2011 – Recife	20
2012 – Fortaleza	28
2013 – Manaus	19

Tabela 1: Número de trabalhos apresentados por ano.

O conjunto de trabalhos apresentados ao longo desse período foi submetido à análise de conteúdo quantitativa e qualitativa (BARDIN, 1977), partindo dos seguintes tópicos: tema, natureza da pesquisa, campo teórico, referências, presença ou ausência de discussão metodológica, método ou técnica de pesquisa citado, meio de comunicação estudado, abrangência e período.

Como resultado da análise temática, obtivemos os seguintes números:

3. No momento em que escrevemos este texto, o Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo recebeu 31 trabalhos para avaliação, tendo em vista o congresso de 2014.

Tema	
Cobertura jornalística	22
Trajetórias profissionais	13
Identidade jornalística	11
Pesquisa em História do Jornalismo	10
História da imprensa	9
Jornalismo português/colonial português	9
Jornalismo e ditadura militar	8
Jornalismo cultural	6
Jornalismo como profissão	4
Práticas jornalísticas	4
Práticas comunicacionais	3
Jornalismo regional	3
Fotojornalismo	2
História da televisão	1
Ensino de jornalismo	1
Jornalismo e cinema	1
Jornalismo sensacionalista	1
Jornalismo e memória	1
Jornalismo e Publicidade	1
História da mídia	1
Jornalismo digital	1
Radiojornalismo	1
Jornalismo econômico	1
Jornalismo e censura	1

Tabela 2: Temas (Números de aparições).

Predominam os estudos focados em coberturas jornalísticas, com temáticas variadas. São pesquisas vol-

tadas a acontecimentos ou períodos específicos (uma eleição, um determinado governo ou governante, um assunto proeminente, etc.). Merecem destaque, também, as investigações sobre trajetórias profissionais, que se configuram, de um modo geral, como estudos biográficos de personagens da história do jornalismo brasileiro. Em terceiro lugar, aparecem os trabalhos sobre identidade jornalística, tendência ascendente já identificada por Barbosa (2010). Em seguida, estão os estudos que se propõem a fazer a "pesquisa da pesquisa", analisando as recentes contribuições sobre história do jornalismo no Brasil. São trabalhos com recorte nacional, que abordam aspectos teóricos e metodológicos da pesquisa realizada no país.

Quanto à natureza dos artigos analisados, os resultados são os seguintes:

Natureza da pesquisa	
Empírica	95
Teórica	20

Tabela 3: Natureza da pesquisa.

Evidencia-se, assim, o caráter empírico da área, com aproximadamente 82% dos trabalhos dessa natureza. Resultados semelhantes encontráramos em pesquisa anterior (HOHLFELDT e STRELOW, 2007), em que analisamos os artigos apresentados em 10 anos do Núcleo

de Pesquisa em Jornalismo da Intercom. Naquela investigação, em que catalogamos 464 textos, 74,1% eram de natureza empírica, enquanto 25,8% eram teóricos. Em estudo que envolveu *papers* apresentados nos Grupos Temáticos da Alcar, Barbosa (2010) identificou 70% de trabalhos empíricos e 30% teóricos. Em análise de 853 artigos sobre Jornalismo, publicados em revistas científicas brasileiras entre 2000 e 2010 (STRELOW, 2011), encontramos 72,5% de trabalhos empíricos.

Dos 95 trabalhos empíricos encontrados, cerca de 56% apresentam discussão metodológica ou citam os métodos/técnicas utilizados, como evidencia a tabela abaixo:

Cita método/técnica	
Sim	54
Não	41

Tabela 4: Método.

Temos aqui um crescimento da discussão metodológica, se compararmos estes aos dados encontrados em 2007, quando 52,9% dos 344 trabalhos de natureza empírica apresentados não traziam sequer a menção à metodologia de pesquisa empregada. Embora em relação aos dados que levantamos em 2011, haja um decréscimo – nessa última investigação, 73,7% dos trabalhos apresentavam o método ou as técnicas utilizadas –, a comparação com os números do Núcleo de Pesquisa em

Jornalismo da Intercom parece mais relevante, já que o Grupo que ora analisamos tem nele a sua origem.

Entre os métodos e técnicas de pesquisa citados (tabela 5), aparece, em primeiro lugar, a pesquisa bibliográfica (16 menções), seguida de pesquisa documental (14 menções), entrevista (13 menções), análise de discurso (9 menções), análise de conteúdo (8 menções), método comparativo (6 menções), estudo de caso (2 menções) e hermenêutica de profundidade (2 menções). Os demais aparecem apenas uma vez.

Método/técnica citado	
Pesquisa bibliográfica	16
Pesquisa documental	14
Entrevistas	13
Análise do discurso	9
Análise de conteúdo	8
Método comparativo	6
Método histórico	4
Estudo de caso	2
Hermenêutica de Profundidade	2
Análise de enquadramento narrativo	1
Análise iconográfica	1
Análise quantitativa	1
Método biográfico	1
Análise narrativa	1
Análise qualitativa	1

Tabela 5: Método/técnica citados (Número de menções).

A pesquisa bibliográfica, embora seja citada em apenas 16 trabalhos, é etapa essencial de qualquer investigação em história do jornalismo. A pesquisa documental, que também apresenta resultados expressivos, é especialmente relevante nessa área. Em alguns dos trabalhos em que é citada, seus resultados aparecem cruzados com análises textuais, como a análise de discurso e a análise de conteúdo. Para além dos dados, é importante salientar que muitos trabalhos realizam a triangulação metodológica, colocando em diálogo achados que permitem analisar os objetos de pesquisa através de uma perspectiva mais ampla, em que se pode perceber uma preocupação com os processos jornalísticos e comunicacionais que vão além dos produtos estudados em si.

Também foram considerados os meios de comunicação que constituem ou no qual se inserem os objetos de estudos do grupo. Nesse tópico, evidencia-se a preferência dos pesquisadores pelo jornal (64,3%), seguido de revista (10,4%), TV (3,4%), rádio (2,6%), internet e livro (ambos com 1,7%). Se somarmos jornal e revista, teremos 74,7% de trabalhos voltados ao estudo dos impressos. Assim, quando falamos em pesquisa em história do jornalismo no Brasil, tendo como base o grupo voltado a essa temática na Intercom, estamos falando, basicamente, em história do jornalismo impresso.

Meio	
Jornal	74
Revista	12
TV	4
Rádio	3
Internet	2
Livro	2

Tabela 6: Meio estudado (Número de trabalhos que estudam cada meio).

Em relação à abrangência, 52,1% dos trabalhos apresentaram recorte nacional, 33,91% regional e 13,9% internacional. Embora em menor número, as pesquisas com enfoque internacional propõem análises comparativas e proporcionam discussões mais globais. A preocupação com os aspectos regionais, em um país de proporções continentais e plural como é o caso do Brasil, permite evidenciar as especificidades dos processos jornalísticos em cada lugar, análise que não pode ser pormenorizada em trabalhos mais abrangentes. Um desafio que se impõe à área e ao Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Intercom, em especial, é a articulação de redes de pesquisa que proporcionem o encontro entre esses diferentes olhares regionais para que se teçam estudos nacionais mais encorpados, em que as diferenças e semelhanças entre cada região também apareçam como objeto de análise.

Abrangência	
Nacional	60
Regional	39
Internacional	16

Tabela 7: Abrangência (Número de trabalhos).

Como estamos trabalhando com estudos históricos, interessa saber, também, quais são os períodos privilegiados para análise. Como resultado, percebemos o predomínio dos estudos voltados para os produtos e processos jornalísticos/comunicacionais do século XX, com destaque para a sua segunda metade. Somando os trabalhos que a contemplam, acrescidos os artigos que estudam a primeira metade e o século XX como um todo, chegamos a 66,9% dos trabalhos. Na sequência, aparecem as investigações com objetos ou discussões que remetem à segunda metade do século XIX (13,9%), ao século XXI (12,1%), ao século XIX de modo geral (9,5%), à primeira metade do século XIX (4,3%) e ao século XVII (2,6%). Estes últimos resultam da contribuição de pesquisadores portugueses que integram o Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Intercom.

Período	
Segunda metade - Século XX	33
Primeira metade - Século XX	27
Século XX	17
Segunda metade - Século XIX	16
Século XXI	14
Século XIX	11
Primeira metade - Século XIX	5
Século XVII	3

Tabela 8: Período.

A preferência pelos produtos e processos situados no século XX se dá em decorrência da instalação do modelo empresarial de jornalismo e da complexificação de processos que ocorre nesse período, mas também revela a inserção do grupo nos estudos da história do presente – a preocupação com a história recente que aparece nos artigos situados no século XXI reforça essa vinculação.

Os trabalhos também foram classificados em relação ao campo teórico no qual se inserem. Desde o ponto de vista das teorias, percebemos o predomínio de análises realizadas à luz da história da imprensa – a preferência pelos jornais e revistas como objetos de estudo dialoga com a escolha teórica. De um modo geral, são pesquisas que recuperam parte da História da Imprensa para situar seus objetos empíricos em um contexto e analisá-los a partir dele. Em segundo lugar, aparecem as Teorias do Jornalismo – são trabalhos que estudam o Jornalismo

a partir do referencial teórico da área, preocupados, de um modo geral, com questões relacionadas aos *processos jornalísticos*. Também com foco nos *processos*, estão os artigos que têm suas análises realizadas a partir da História da Comunicação – nesta categoria, mais do que o meio e suas especificidades (históricas, técnicas, etc.), interessam os processos comunicacionais que dão vida ao Jornalismo praticado na época escolhida para estudo. Também aparecem com destaque trabalhos fundamentados nos Estudos de Narrativa e Discurso, assim como aqueles voltados às discussões sobre História e Memória.

Campo teórico	
História da Imprensa	41
Teorias do Jornalismo	22
História da Comunicação	13
Estudos da narrativa/discurso	12
História e Memória	9
Ensino de Jornalismo	4
Teorias da Comunicação	3
Teorias da Imagem	2
Cibercultura	2
Pesquisa em Comunicação	2
Ética jornalística	1
Materialismo histórico	1
Estudos indiciários	1
História da Literatura	1
Historiografia	1
Estudos culturais	1

Tabela 9: Campo teórico.

Para acompanharmos com mais clareza a trajetória percorrida pelos trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo, buscamos identificar as principais referências citadas. Na tabela abaixo, estão os autores que aparecem com destaque em pelo menos dois artigos.

Principais referências	
Marialva Barbosa	27
Nelson Werneck Sodré	13
Ana Paula Goulart Ribeiro	12
Nelson Traquina	11
Pierre Bourdieu	10
Michel Pollack	8
José Marques de Melo	7
Antonio Hohlfeldt	7
Jorge Pedro Sousa	7
Paul Ricouer	6
Robert Darnton	5
Nilson Lage	4
Jürgen Habermas	4
Barbie Zelizer	3
Gaye Tuchmann	3
Eduardo Meditsch	3
Ilídio Rocha	3
Juarez Bahia	3
Marco Morel	3

Jacques Le Goff	3
José Salvador Faro	3
Michael Schudson	3
José Tengarrinha	3
Maurice Halbwachs	3
Patrick Charaudeau	2
Cida Golin	2
Marcia Benetti	2
Francisco Rüdiger	2
Carlos Rizzini	2
Luiz Beltrão	2
John B. Thompson	2
Ciro Marcondes Filho	2
Antonio Gramsci	2
Michel de Certeau	2
Peter Burke	2
René Armand Dreifuss	2
Robert Park	2
Renato Ortiz	2
Roland Barthes	2
Max Weber	2
Lucia Santaella	2
Patrick Champagne	2
Marco Roxo da Silva	2
Bernardo Kucinski	2
Beatriz Kushnir	2

Tabela 10: Autores de referência.

Para este capítulo, consideraremos os autores que apresentam pelo menos cinco menções para, a partir deles, compor o traçado que marca o conjunto de trabalho do Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Intercom. Temos, nesse rol de autores, um grupo heterogêneo, que deixa entrever os principais interesses dos trabalhos analisados. Marialva Barbosa lidera a lista com 27 menções. Os trabalhos de Barbosa sobre a história cultural da imprensa brasileira, suas contribuições científicas para o campo da pesquisa em história do jornalismo, suas reflexões metodológicas e seu olhar mais abrangente para os processos comunicacionais e jornalísticos têm inspirado a pesquisa contemporânea da área. A articulação entre História e Comunicação é abordada com obstinação na obra da autora. Para ela, se considerarmos que toda história se refere ao fracasso ou ao sucesso de homens que vivem e trabalham juntos em sociedades ou nações, com pretensão ou ao verdadeiro ou ao verossímil, a história é, na verdade, o fragmento ou o segmento de um mundo da comunicação. "São os atos comunicacionais dos homens do passado o que se pretende recuperar como verdade absoluta ou como algo capaz de ser acreditado como verídico. É nesse sentido que estamos dizendo que a história é sempre um ato comunicacional", explica (2007, p. 17). Ainda em relação a Barbosa, é importante destacar que a pesquisadora é participante ativa do Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo, tendo apresentado trabalhos em todos os anos observados neste capítulo. Além disso, ela é também autora de uma importante história cultural do

jornalismo brasileiro, publicada nos últimos anos (2007 e 2009).

O clássico de Nelson Werneck Sodré, *História da Imprensa no Brasil*, continua sendo fonte fundamental. A riqueza de informações e análises que parte do Brasil colonial e contempla as relações entre imprensa, economia, literatura e política, permanece como norte para as pesquisas atuais, mesmo para colocá-la em perspectiva e oferecer outras abordagens ao que propõe o autor. Ana Paula Goulart Ribeiro completa o trio de brasileiros que encabeça as referências principais do Grupo, com seus trabalhos sobre história e memória do jornalismo. Com Barbosa, ela defende a aproximação entre os estudos de Jornalismo e a História:

> A primeira razão de a aproximação com a história ser fundamental para os estudos de jornalismo diz respeito às perguntas que o pesquisador faz ao empreender a sua pesquisa. Se a aproximação com a sociologia forneceu referenciais teóricos indispensáveis para descrever os múltiplos fenômenos agregados à ação jornalística, essa base não se preocupa em empreender uma análise no sentido de responder aos por quês dessas ações, essencialmente relacionados aos regimes de historicidade. A maioria dos estudos constata o que acontece, não destacando a questão da interpretação, que envolve as razões de tal fato ocorrer dessa e não de outra forma (BARBOSA e RIBEIRO, 2005, p. 2).

De acordo com as autoras, a história contribui para inserir, nos estudos em jornalismo, a reflexão sobre as razões, as causas, os por quês. Não se trata de dizer que a mídia pode determinar como pensar ou sobre quais temas pensar ou conversar, mas compreender por que isso acontece num espaço social considerado, com determinadas especificidades, diferentes fundamentalmente do que ocorre em outro espaço. Não se trata, assim, de recuperar o que ocorreu (tarefa impossível, já que o de fato ocorreu jamais pode ser recuperado), mas interpretar as razões de uma determinada ação social.

Dialogando com as Teorias do Jornalismo, que constituem o segundo campo teórico predominante, temos Nelson Traquina como uma das principais referências. Seja em sua sistematização das diferentes teorias da área, seja em seus estudos sobre a *tribo jornalística* como comunidade interpretativa transnacional, as propostas do autor fundamentam as análises sobre o *fazer jornalístico* em diferentes momentos da história. Através dele, inúmeros teóricos e historiadores norte-americanos igualmente se tornaram conhecidos dos estudiosos no idioma português. A ele, os pesquisadores recorrem para discutir o conceito de notícia, critérios de noticiabilidade, valores-notícia e cultura profissional. São trabalhos que se propõem a pensar o Jornalismo a partir das teorias da área, contribuindo, de certo modo, para a construção desse campo de pesquisa (PONTES e SILVA, 2010), mas sem perder a articulação com as questões da História.

Temos, também, um número representativo de trabalhos baseados em Pierre Bourdieu. Nesses, de um modo

geral, evidencia-se o viés sociológico, com a abordagem dos conceitos de *habitus* e *campos*, que aparecem em diálogo. As reflexões do autor a respeito do Jornalismo também são consideradas. Os estudos sobre *História e Memória* têm como uma de suas referências recorrentes a obra de Michael Pollak, especialmente com foco na articulação entre memória e identidade social.

A extensa contribuição de José Marques de Melo merece destaque entre as referências principais dos trabalhos analisados. Seus estudos sobre história do jornalismo, gêneros jornalísticos e pesquisa em jornalismo são fontes em diferentes trabalhos. Suas contribuições para a sistematização do campo de pesquisa em Jornalismo também são enfatizadas. Na sequência, estão as investigações de Antonio Hohlfeldt sobre aspectos históricos da imprensa no Brasil e no espaço luso-brasileiro, bem como suas leituras contemporâneas sobre as Teorias da Comunicação e do Jornalismo. Na mesma linha, aparece como referência o português Jorge Pedro Sousa – além de seus trabalhos sobre teorias do jornalismo, análise do discurso jornalístico e história do jornalismo, são frequentes as análises baseadas em seus estudos sobre fotografia. Ambos acabaram de coordenar uma alentada obra sobre o jornalismo luso-brasileiro, pioneira em sua perspectiva (2014). Fechamos as contribuições mais recorrentes com Paul Ricoeur e sua teoria da narrativa e Robert Darnton, com sua proposta de análise do circuito da comunicação.

Considerações

Antes de partirmos para as considerações finais desse capítulo, é importante sublinharmos os limites da pesquisa. Embora tenhamos analisado todos os trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo desde o seu surgimento, em 2009, até o último congresso da Intercom, realizado em 2013, trata-se, ainda, de um número limitado de trabalhos diante do universo dos estudos em História do Jornalismo no Brasil. Para uma análise mais abrangente, uma alternativa possível seria o cruzamento desta investigação com o estudo dos trabalhos apresentados nos congressos das demais associações científicas da área, como Alcar, Compós e SBPJor, além de artigos publicados em revistas científicas, dissertações de mestrado, teses de doutorado e livros voltados ao tema. Devemos considerar, ainda, os limites da análise categorial empreendida que, mesmo criteriosa, tem caráter impositivo e está marcada pela subjetividade dos pesquisadores.

Os resultados encontrados apontam tendências das pesquisas em História do Jornalismo no Brasil, tais como:

- Predominam as análises de coberturas jornalísticas de acontecimentos e períodos, baseadas na história do desenvolvimento da imprensa;

- Os estudos sobre trajetórias profissionais no campo do Jornalismo aparecem como uma tendência importante – chama a atenção que, embora este seja o segundo tema em número de menções, o método biográfico seja citado apenas uma vez;

- Como já observou Barbosa (2010), questões mais holísticas, como identidade jornalística, começam a ter destaque;

- Há um aumento no número de trabalhos sobre pesquisa em Jornalismo, que discutem métodos, teorias e objetos, contribuindo para a consolidação e amadurecimento do campo;

- A natureza empírica da área, já identificada em outros trabalhos, é reforçada;

- Ainda é representativo o número de trabalhos que negligenciam a discussão metodológica (44%), embora o percentual seja inferior ao de outras sistematizações já realizadas;

- Entre os métodos citados, predominam as pesquisas bibliográfica e documental, a entrevista, a análise de discurso e de conteúdo. As entrevistas, de um modo geral, estão direcionadas à esfera emissora. Os estudos de recepção se acham praticamente ausentes;

- Estudar história do jornalismo parece significar, a partir do *corpus* analisado, estudar o jornalismo impresso – jornais e revistas são os meios de preferência, com larga vantagem sobre os demais;

- A maioria dos trabalhos aborda períodos históricos a partir da segunda metade do século XIX, com ênfase nos acontecimentos e processos do século XX;

- Em grande parte, os estudos analisam seus objetos desde uma perspectiva nacional, embora trabalhos com recorte regional ou internacional também sejam numerosos;

- Além da História da Imprensa, já mencionada, emergem as Teorias do Jornalismo e a História da

Comunicação, que apontam para trabalhos com enfoque mais processual;

- Os autores brasileiros ocupam lugar importante entre as principais referências presentes nos trabalhos analisados – Marialva Barbosa, Nelson Werneck Sodré, Ana Paula Goulart Ribeiro, José Marques de Melo e Antonio Hohlfeldt figuram entre os mais citados;

- As investigações embasadas na articulação teórica entre História e Memória também surgem como uma tendência que ganha corpo entre os estudos da área.

Além das observações apontadas, percebemos um diálogo rico entre as pesquisas desenvolvidas, materializado nos textos apresentados e tecido oralmente nos encontros anuais do Grupo de Pesquisa em História do Jornalismo da Intercom, diálogo que deverá se ampliar, com a próxima reorganização dos grupos de pesquisa e a perspectiva de se promoverem monografias sobre a história da mídia em nível municipal, no período imediatamente posterior ao congresso de 2014.

Referências

BARBOSA, Marialva. *História do jornalismo (e da mídia) no Brasil, percurso de uma década*. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

_____. *História cultural da imprensa – Brasil 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

_____. *História cultural da imprensa – Brasil 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. *Meios de comunicação e história: um universo de possíveis*. In RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves. *Mídia e memória: A produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____; RIBEIRO, *Ana Paula Goulart*. *Por uma história do jornalismo no Brasil*. Anais Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BENETTI, Marcia. *Data and reflections on three Journalism Environments*. Revista Brazilian Journalism Research, n1, v.1, p.25-46, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; RÜDIGER, Francisco. *Pesquisa em Comunicação no Rio Grande do Sul: notas para sua avaliação e ordenamento*. Revista Famecos, Porto Alegre, p.77-94, maio 1996.

GOLDSTEIN, Gisela. *A pesquisa em jornalismo impresso.* In: MARQUES DE MELO, José (Org.). *Pesquisa em Comunicação no Brasil – Tendências e Perspectivas*. São Paulo: Cortez, 1984.

HOHLFELDT, Antonio; STRELOW, Aline. *Metodologias de pesquisa. O estado da arte no campo do jornalismo*. In: 5º SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Aracaju, nov. 2007.

KUNSCH, Margarida; DENCKER, Ada. *Produção científica brasileira em Comunicação na década de 1980*. São Paulo: Intercom, 1997.

MARQUES DE MELO, José. *Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo: Cortez/ Intercom, 1984.

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

_____. *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006a.

_____. *Pesquisa jornalística: a moderna tradição brasileira*. In: JOURNALISM BRAZIL CONFERENCE, Porto Alegre, nov. 2006.

_____. *História do jornalismo: Itinerário crítico, mosaico contextual*. São Paulo: Paulus, 2012.

MEDITSCH, Eduardo; SEGALA, Mariana. *Trends in three 2003/4 Journalism academic meetings*. Revista Brazilian Journalism Research, n.1, v.1, p.48-60, 2005.

MOREIRA, Sônia Virgínia. *Trends and new challenges in Journalism Research in Brazil*. Revista Brazilian Journalism Research, n.1, v.2, p.10-24, 2005.

PONTES, Felipe; SILVA, Gislene. *Percursos metodológicos e teóricas da pesquisa em história do jornalismo nas teses dos programas de Comunicação do Brasil*. Revista Brazilian Journalism Research, n.1, v.6, p.179-194, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro; HOHLFELDT, Antonio (Orgs.) – *History of the press in the Portuguese-spoken countries*. Porto: Media XXI, 2014.

STRELOW, Aline. *A pesquisa em história do jornalismo no Brasil – 2000 a 2010*. Revista Brasileira de História da Mídia, n.1, v.2, p. 11-18, 2013.

WAINBERG, Jacques A.; PEREIRA, Manuel Luís Petrik. *Estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 1983-1997*. Revista Famecos, Porto Alegre, n.11, 1999.

Capítulo 2

Formulações Históricas e Conceituais Sobre Gêneros Jornalísticos

Roseméri Laurindo[1]

O presente texto apresenta formulações para os gêneros jornalísticos na América Latina a partir das contribuições nos anos de 1960 do francês Jacques Kayser no Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina (Ciespal), que motivaram pesquisadores do Brasil, cujos desdobramentos adentram o século XXI. Paralelamente, quanto à bibliografia sobre gêneros, é recorrente dentre os estrangeiros o russo Mikhail Bakhtin, que se tornou referência para a maioria dos brasileiros interessados no tema e ponto de

1. Coordenadora do Grupo de Pesquisa sobre Gêneros Jornalísticos da Intercom. Pós Doutora pela Cátedra Unesco de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (2014). Doutora pela Universidade Nova de Lisboa e Mestre pela Universidade Federal da Bahia. Jornalista pela UFSC. Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade Regional de Blumenau.

partida para os iniciantes. Vale a pena considerar conjuntamente o ponto de vista dos mais experientes, como José Marques de Melo, que afirma: "de Aristóteles para cá ninguém fez nada de novo".

Para um diálogo latino-americano sobre os gêneros jornalísticos, é fundamental a recuperação das contribuições de outros tempos e lugares. As classificações da literatura para teatro, poesia e épica e a noção de gêneros, como se vê num dos diálogos de Sócrates com Adimanto, constam desde Platão (427 aC-347aC), com *A República*:

> "[...] na poesia e na prosa existem três gêneros de narrativas. Uma, inteiramente imitativa, que, como tu dizes é adequada à tragédia e à comédia; outra, de narração pelo próprio poeta, encontrada principalmente nos ditirambos; e, finalmente, uma terceira, formada da combinação das duas precedentes, utilizada na epopéia e em muitos outros gêneros". (PLATÃO, 2005, p. 99).

Platão relaciona discurso com a realidade, seja de forma mimética no teatro, subjetiva na lírica ou mista na épica, com diálogo e narração. A sistematização posterior de Aristóteles (384 a.C.- 322 a.C), na obra *Arte Retórica e Arte Poética*, focaliza a ação discursiva entre orador e ouvinte que se organiza nos gêneros judicial, deliberativo e epidíctico para persuasão de acordo com o auditório, a intenção e os valores. É a normatização orientada por aspectos como a finalidade.

Também é esclarecedor, para a discussão sobre gêneros, o detalhamento de Quintiliano (35 d.C – 95 d.C) sobre as figuras de linguagem. Quanto ao estilo da narração, orientou: "importa muito ver qual é a natureza do fato que se narra" (QUINTILIANO, 1944, p. 207).

Nos tempos modernos a estrutura criada para os suportes midiáticos exigiu a expansão do exame classificatório, como se viu com a distinção de Harold Lasswell (1902-1978) para as funções comunicativas de informar, educar e persuadir. Ele traçou estudos sobre os meios de comunicação problematizando aspectos da cultura e da comunicação, que "englobam mais do que pode ser revelado pela consideração de aspectos limitados à linguagem" (LASSWELL, 1978, p. 104).

Com Lasswell e Wright (1960) passou-se a delimitar as funções da comunicação de massa na sociedade:
Informacional - vigilância sobre o meio ambiente; **Persuasiva** - correlação das partes da sociedade em relação ao todo; **Educacional** - transmissão da herança social de uma geração a outra; **Diversional** - ocupação do tempo livre resultante da redução da jornada de trabalho coletiva; **Operacional** - decisões na sociedade de consumo agilizadas pela disponibilidade de dados difundidos como serviço coletivo.

Uma dificuldade para aceitação do avanço teórico da área é a vertente funcionalista que enseja um sistema classificatório. É recorrente cisão no campo científico das ciências sociais entre pesquisadores que assumiram perspectiva crítica incompatibilizada com modelos funcionalistas, derivando-se ainda um antagonismo

entre os que elegeram a linguagem como perspectiva de análise dos fenômenos comunicacionais, rechaçando qualquer "hipótese funcionalista". Argumentos impermeáveis continuam a servir de justificativa para o desinteresse pela harmonia no campo acadêmico. Sobre este impasse, que perdura no século XXI e particularmente entre pesquisadores dos gêneros jornalísticos, sobressai argumento de Wolf, nos anos 80, em seu clássico *Teorias da Comunicação*, em que nomeia a "distância entre teoria crítica e pesquisa administrativa" para dizer:

> "Não é, portanto, por acaso que essa oposição está actualmente a ser superada [...] À medida que o paradigma da teoria da informação foi suplantado, na communication research, pela existência de outros referentes teóricos (teoria semiótica, sociologia do conhecimento, psicologia cognitiva), novos objectos de conhecimento se impuseram e questões tradicionais puderam ser colocadas em termos diferentes, modificando os fundamentos das abordagens. Cada qual considera, naturalmente, uma tendência mais adequada do que a outra, mas a realidade global da pesquisa em matéria de comunicações de massa apresenta-se, hoje, com a perspectiva concreta de abordagens disciplinares cada vez mais articuladas, variadas e em vias de integração." (WOLF, 1995, p. 88-89).

Tal integração é lenta no campo acadêmico brasileiro e nos deparamos com o desentendimento entre os que aderem ao time dos apocalípticos ou ao dos integrados,

numa leitura equivocada a Umberto Eco. O italiano brincou com os dois termos que, para ele, não possuíam valor de substantivo, mas predicação de adjetivos complementares.

Todavia, há conformidades pelo modo como o russo Mikhail Bakhtin aborda a questão. Pelo menos no Brasil ele tem sido o mais referenciado autor estrangeiro tanto dos pesquisadores ditos da vertente crítica, quanto do campo da linguagem ou mesmo entre funcionalistas, para reflexão sobre gêneros do discurso ou mais particularmente dos gêneros jornalísticos. A abordagem jornalística, contudo, carece de recortes específicos.

Gêneros do discurso, para Bakhtin, são enunciados relativamente estáveis e podem ser primários ou secundários. O autor situa os gêneros como instrumento estratégico para a comunicabilidade humana:

> "Quanto melhor dominamos os gêneros tanto mais livremente os empregamos, tanto mais plena e nitidamente descobrimos neles a nossa individualidade (onde isso é possível e necessário), refletimos de modo mais flexível e sutil a situação singular da comunicação; em suma, realizamos de modo mais acabado o nosso livre projeto de discurso" (BAKHTIN, 2010, p. 284).

Bakhtin estimulou as publicações sobre as modalidades dos gêneros discursivos para utilidade em diversos campos da atividade humana. O autor sinalizou conteúdos enquadrados por gêneros (em conversas, cartas,

entrevistas, palestras), formas específicas (narrativas, argumentativas, descritivas, explicativas ou conversacionais) e configurações de estilo (com traços da posição enunciativa do locutor). O pensamento bakhtiniano apresentou-se como explicação elucidativa sobre o gênero como matriz orientadora para o uso da linguagem em um meio.

Em cada campo existem e são empregados gêneros que correspondem a condições específicas. De acordo com as funções (científica, técnica, publicística, oficial, cotidiana) e as condicionantes discursivas da comunicação, originam-se os gêneros, "isto é, determinados tipos de enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis". (BAKHTIN, 2003, p. 266)

Com larga história, os gêneros discursivos constituem ferramentas poderosas para as pesquisas sobre a mídia do século XX. Berger (1992) afirma que nos Estados Unidos o estudo de gêneros nos meios de comunicação ganha ênfase nos anos 50. Desde a mesma época os modelos estadunidenses inspiram transformações brasileiras no jornalismo.

O estudo de gêneros, para Silverblatt (2007), diz respeito aos propósitos entre a criação e recepção midiática. O autor afirma que as intenções latentes subordinam as funções manifestas, que podem ser: informação, entretenimento, geração de respostas afetivas, educação, escapismo, conforto, comunitária, socializadora, padronizadora, entre outras. Um programa genérico pode ter múltiplas funções e uma análise é envolta em muitas questões, desde identificar porque o meio se propõe a

um gênero particular até entender o que atrai a audiência para determinados modelos e, por fim, delinear o que se pode aprender com esse mapeamento.

O impacto das novas tecnologias sobre os gêneros dá-se em conjunto com formulações de estilo, estrutura e conteúdos que fazem emergir valores e preocupações culturais e sociais. O que o gênero revela, por exemplo, quanto às atitudes culturais? Silverblatt elenca unidades para verificação, para que com base nas formulações dali decorrentes sejam percebidas quais mensagens são transmitidas por tal configuração, que pode variar, por exemplo, de um programa televisivo para outro. Desse modo, o gênero serve como arena que reflete atitudes e crenças e por isso toda inovação requer atenção quanto à satisfação das audiências. Inovar, mas não muito, aconselha Silverblatt (2007, p. 53).

Com base numa recomendação de Silverblatt, de que a audiência pode se aborrecer com a fórmula e nesse caso os parâmetros precisam ser ajustados, mas não muito, como desenvolver as competências jornalísticas sobre os gêneros relativamente estáveis, como preconizou Bakhtin?

A classificação de gêneros é vinculada aos universos culturais, especificidades nacionais e regionais. Assim, para onde se olhe, haverá todo um contexto de adaptações que explicam as diferenças entre modelos oriundos de países anglo-saxões e de latinos. Na Espanha há vigorosa produção sobre os gêneros jornalísticos e quanto ao impresso destacam-se autores espanhóis lidos no Brasil como Martin Vivaldi e José Luis Martínez Albertos. O

mais rigoroso estado da arte sobre as classificações europeias, norte-americanas e hispano-americanas que dão origem às classificações brasileiras permanece sendo a obra de José Marques de Melo (1985, 1989, 2003), que inspira uma legião de pesquisadores brasileiros. Cabe historicizar, a partir de datações feitas por Marques de Melo sobre os primórdios desta disciplina (Gêneros Jornalísticos) que o inglês Samuel Buckeley, no século XVIII, foi pioneiro ao separar *news* e os *comments*. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 42).

Na América Latina a produção sobre gêneros jornalísticos foi impulsionada no Ciespal, localizado em Quito (Equador), nos anos 1960. A atuação do francês Jacques Kayser foi seminal e é a gênese do que hoje se realiza no Brasil com filiação a Marques de Melo. Ex-diretor do Instituto Francês de Imprensa, Kayser elaborou um método para estudar a notícia e a imprensa a partir de pressupostos universais. Não se satisfazia com análise a partir das ciências humanas, com metodologias que levavam a análise de conteúdo, por exemplo, sem problematizar o conjunto do jornalismo. O francês queria entender os obstáculos nas diversas regiões do mundo para transmissão das informações. Trouxe para América Latina as lições difundidas com o Jornalismo Comparado, que tinha na classificação pelos gêneros uma base fundamental. Portanto, definia um eixo de formulações científicas a respeito do jornalismo como objeto de pesquisa empírico e teórico. Suas perguntas eram: como se apresenta um periódico? do que está constituído? como se articulam a respeito de outros elementos

que o constituem? como se pode medir? como se pode comparar? Queria encontrar respostas que ajudassem a romper os obstáculos entre as nações.

Kayser foi um dos professores permanentes do Ciespal. Durante os cursos em Quito, nos anos de 1960, 61 e 62 as pesquisas comparativas foram difundidas em publicações como *La Prensa Diaria y La Comunidad Europea, El Periódico: Estudios de Morfologia, de Metodologia y de Prensa Comparada* (Kayser, 1963, 1964), entre outros sobre a América Latina, como *Dos Semanas en la Prensa de América Latina* (1967).

O que se gestou na América Latina foi embalado pela influência do continente europeu e estadunidense. Mas não descuidemos de recuperar alguns passos dados, para termos a clareza compreensiva quando lá fora se vê interesse em desbravar aqui os rebentos da mestiçagem (em fenômenos da indústria cultural como, por exemplo, a telenovela, para citar um gênero televisivo que ganhou menção internacional em língua portuguesa, sem tradução do termo).

Dentre autores latino-americanos com alto índice de referencialidade, encontra-se Martín-Barbero (1997), para quem gênero é o lugar do encontro entre matrizes culturais, formatos industriais e comerciais, tornando-se matriz de leitura (TEMER; TONDATO, 2009).

No jornalismo as classificações hispano-americanas até os anos 80 foram marcadas por nomes como do peruano Gargurevitch (2004), do argentino Castelli (1968) e do boliviano Prada (1977). Desde o levantamento feito por Marques de Melo (1985) não se tem feito uma

atualização quanto à repercussão dos estudos ciespalinos sobre gêneros na América Latina. Estimulamos iniciativas nessa direção por meio do Grupo de Pesquisa de Gêneros Jornalísticos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom).

Formulações Brasileiras

Do Ciespal foram difundidas investigações paradigmáticas para América Latina. No Brasil, José Marques de Melo atravessa meio século compartilhando a herança que lhe veio pelas mãos de seu professor na Universidade Católica de Recife, Luis Beltrão, que esteve em Quito antes do aluno. Recentemente, em 2009, Marques de Melo criou o Grupo de Pesquisa Gêneros Jornalísticos, da Intercom, que acolhe estudos comparados que tem a morfologia como opção metodológica, na linha puxada lá de trás. O mentor tem a experiência de décadas de investigações e publicações sobre o assunto. (MARQUES DE MELO, 1985, 1992, 2010, 2012).

Durante o 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Assis (2012) contextualiza porque a pesquisa brasileira sobre gêneros jornalísticos passa pela obra de José Marques de Melo, marcada pela vinculação teórica funcionalista e metodológica empírica. Pontua que a trajetória de Marques de Melo é de reorganização constante de seus pressuspostos, submetendo-se a autocríticas.

> "E o faz, principalmente, com o auxílio de alunos de pós-graduação, muitos dos quais seus orientandos, que aprofundam ou redirecionam debates – gerais e setoriais -, ao elaborarem dissertações de mestrado e teses de doutorado, inserindo novos elementos em sua taxionomia original" (ASSIS, 2012, p.2-3).

Assis repassa o que ficou conhecido como "a classificação de Marques de Melo", desde o acompanhamento na década de 1960 da cobertura policial, em que foram separadas as notícias, registros e comentários até a estreia do autor em livro (MARQUES DE MELO, 1970), firmando a tríade que assimilou do mestre Beltrão: jornalismo informativo, jornalismo interpretativo e jornalismo opinativo. Atento aos antecessores, Assis resume que os critérios que orientam Marques de Melo se apresentam em duas frentes:

> "Primeiro, na *intenção da empresa jornalística* ao transmitir determinado acontecimento: a maneira como a instituição quer difundir os fatos é o que determina, por exemplo, se ele será relatado sem qualquer juízo de valor ou, então, se será impresso com alguma carga analítica. Já o segundo aspecto destacado, referente à *estrutura,* não diz respeito somente às características textuais – que configuram seu estilo -, mas denota "a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato) e a apreensão pela sociedade (leitura)".(ASSIS, 2012, p.7).

Exaustivamente difundiu-se a divisão que na década de1980 marcou diferença entre jornalismo informativo (com os formatos nota, notícia, reportagem e entrevista) e jornalismo opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta). Assis, ao repassar a obra de Marques de Melo (seu orientador de mestrado e doutorado) revela a continuidade de testes empíricos desenvolvidos na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, exercícios estes que vão reposicionando os saberes.

Assis demonstra a gênese da mais atual taxonomia marquesiana e é um dos primeiros pesquisadores que acompanha com o mestre a nova classificação, difundida na coletânea organizada por ele e Marques de Melo (2010):

Gênero informativo: nota, notícia, reportagem, entrevista.

Gênero interpretativo: análise, perfil, enquete, cronologia, dossiê.

Gênero opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta.

Gênero diversional: história de interesse humano, história colorida.

Gênero utilitário: indicador, cotação, roteiro, chamada, obituário.

O pesquisador acompanha o raciocínio do orientador na sistematização entre gêneros, formatos e tipos:

> "gêneros jornalísticos são classes que agrupam formas de expressão jornalística, organizadas conforme determinado propósito (informar, interpretar, opinar, divertir, ser útil, segundo a classificação em relevo). Os formatos, por conseguinte, são as mensagens jornalísticas estruturadas com certos caracteres, sendo estes os responsáveis por sua identidade (por exemplo, notícia, coluna, roteiro, etc.). Finalmente, os tipos são os desdobramentos dessas formas, cujas características são capazes de diferenciar unidades dentro de um conjunto (grande reportagem, coluna de miscelânea)." (ASSIS, 2012, p. 11).

Os conceitos para os cinco gêneros de Marques de Melo são[2]:

Gênero informativo – compreende a classe das mensagens que se destinam a prover dados sobre eventos e situações que sinalizam as relações de poder e os padrões culturais legitimados pela contemporaneidade, facilitando inovações e mudanças, em sintonia com as demandas da sociedade. Aparecem nos formatos de notas, notícias, reportagens e entrevistas.

2. São definições do professor sintetizadas a partir de seus materiais didáticos compartilhados (não publicados).

Gênero opinativo – compreende a classe das mensagens que preenchem a função de disseminar valores, significados e pontos de vista sobre questões de interesse público, sinalizando rumos e perspectivas, induzindo ao consenso ou fomentando dissensos. Nos formatos editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta

Gênero interpretativo – compreende a classe das mensagens que reforçam a cultura hegemônica, sem minimizar as correntes contraculturais, geralmente reforçando as diretrizes consensuais. Nos formatos dossiê, perfil, enquete, cronologia, análise e memória.

Gênero diversional – compreende a classe das mensagens que se destinam a reduzir tensões sociais, proporcionando diversão, distração, relaxamento, enfim, otimizando os momentos de ócio dos distintos segmentos da sociedade. Nos formatos história de interesse humano, história colorida, história de viagem.

Gênero utilitário – compreende a classe das mensagens que respaldam ações de mobilização coletiva, orientadas para o consumo de bens e serviços ou comprometidas com os interesses da cidadania, fomentando a participação política, religiosa ou cultural.

É da hierarquia pela qual os trabalhos de imprensa são organizados que cuida Marques de Melo. Já fazia isso na primeira Faculdade de Jornalismo do Brasil, a Cásper Líbero. De Pernambuco para São Paulo transferiu o aprendizado obtido e em 1968 concluiu uma

pesquisa sobre jornalismo semanal ilustrado em cinco revistas: *Manchete*, *Paris Match*, *l´Europe*, *Stern* e *Life* (MARQUES DE MELO, 1968). Naquele período viu a proeminência de informação jornalística, propaganda e entretenimento nas publicações. De lá para cá foram centenas de estudos sobre gênero no jornalismo impresso, como o emblemático levantamento sobre a *Folha de São Paulo* por acadêmicos da Eca-USP (MARQUES DE MELO, 1992). Consolidou-se uma estrada bem definida metodologicamente no campo do jornalismo impresso. Agora, passados 50 anos, é hora dos seguidores darem novos passos, principalmente para análise do jornalismo eletrônico e digital. Para isso, o legado introduzido na América Latina há meio século precisa ser conhecido, para que não se corra o risco de "reinvenção da roda".

Seixas (2008) tem buscado tentativas classificatórias, ensaiando aproximações com a Linguística. Juntamente com Pinheiro, a pesquisadora reuniu investigadores para promover um diálogo entre os campos da Comunicação e da Linguística Aplicada e assim organizaram uma coletânea em que os especialistas brasileiros da área posicionam-se sobre os conceitos mais prementes para o encontro interdisciplinar: formatos, tipos, autorialidade, letramento, midiologia, análise crítica, conteúdos, estudos culturais, entre outros. (SEIXAS; PINHEIRO, 2013)

Em atenção ao jornalismo na televisão, Ana Carolina Rocha Pessoa Temer tem avançado com o reconhecimento do percurso de Marques de Melo. Ao analisar gêneros não ficcionais na televisão, Temer (2009) ressalta que a possibilidade de entreter é algo que está presente

em todos os gêneros televisivos, por exemplo. Da autora, extraem-se considerações conceituais relevantes:

> "da mesma forma como o telejornalismo incorporou técnicas e meios com características de entretenimento para seduzir seu público, o material voltado para o entretenimento também buscou inspiração no material jornalístico. Nos últimos anos, tem proliferado na televisão uma série de programas que, mesmo sendo eminentemente voltados para o entretenimento, não podem ser simplesmente classificados como material ficcional". (TEMER, 2009, p. 13).

A pesquisadora acentua que a multiplicidade de gêneros e formatos confunde telespectadores e até os estudiosos da comunicação. Por isso, Silva (2012) elaborou uma tabela de classificação de gêneros televisivos e identificou várias incoerências, como em Aronchi de Souza (2014). Preocupado com os gêneros televisivos como um todo, Silva separa o que considera macrogêneros, gêneros e subgêneros.

A mistura de gêneros na televisão também é ressaltada por Reimão (2006). Em 1995 anotou os casos do *Fantástico* (Globo), *Domingo 10* (SBT), *Programa de Domingo* (Manchete) que parodiam em quadros de humor as notícias da semana. Segundo Temer (2009, p. 19) independente de quaisquer atropelos, os gêneros "ajudam a situar modelos e possibilidades de interpretação" e para "melhor compreender a questão dos gêneros televisivos é preciso lembrar-nos de que os gêneros são lu-

gares aceitos pelo telespectador a partir da formulação do produtor". Além disso, como se vê na Rede Globo de Televisão, os gêneros se encontram num processo de intratextualidade para fazer divulgação dos produtos internos da emissora.

Neste debate, o pioneirismo e liderança nacional de Marques de Melo (como se viu) nem por isso o fizeram unanimidade no país. Na Bahia e no Rio Grande do Sul há pesquisadores sobre gêneros jornalísticos na televisão que não dialogam com a linha marquesiana. É o caso do grupo de pesquisa que organizou colóquio realizado no PPGCom/Unisinos no âmbito de acordo de cooperação com a Capes para estudo da "Comunicação Visual: gêneros e formatos", com textos reunidos em Duarte e Castro (2006). Na Bahia, Gomes (2011) publica artigos que resultam da análise de programas jornalísticos televisivos, desenvolvendo conceitos para gênero televisivo, com base no trabalho do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

Com certeza sempre haverá motivações distintas, pontos de vista inconciliáveis, métodos díspares. Todavia, numa primeira leitura das últimas referências mencionadas surpreende o silêncio evidenciado; em 449 referências em torno do tema gênero e televisão, apenas duas anotam Marques de Melo. É preciso recordar, no caso, que além da trajetória exposta quanto à especificidade jornalística, o alagoano é precursor dos estudos sobre televisão no país, tendo apresentado pesquisa pio-

neira sobre telenovela brasileira, em 1969, quando era professor de Teoria da Comunicação, na Faculdade Cásper Líbero, publicada no capítulo "Telenovelas: catarse coletiva", no seu primeiro livro (MARQUES DE MELO, 1971). Nesse sentido, entende-se que o avanço do campo científico da Comunicação depende do compartilhamento entre os pares, o que não significa a homogeneização de premissas, mas demonstração de saberes históricos, sem os quais a consolidação da área fica seriamente fragilizada.

Acreditamos na promoção do diálogo como fator qualitativo para a aprendizagem das novas gerações. Sem alguns conhecimentos do passado, pode-se cair no simplório encantamento com dispositivos tecnológicos, sem a atualização de antigos problemas, correndo-se o risco de estagnação pela falta de soluções anunciadas. Assim, trazemos resgate histórico e conceitual que fazem parte do substrato do Grupo de Gêneros Jornalísticos, acreditando-se na continuidade dos interessados pelo tema, no âmbito dos estudos sobre jornalismo nas suas diferentes interfaces.

Referências

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

ASSIS, Francisco. **Gêneros e formatos jornalísticos: critérios e escolhas na obra de José Marques de Melo.**

Artigo apresentado no 10º ENPJ, na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, novembro de 2012.

_____. "Gênero Diversional". In: MARQUES DE MELO, José; LAURINDO, Roseméri; ASSIS, Francisco de. (orgs). **Gêneros Jornalísticos – teoria e práxis.** Blumenau: Editora da Furb, 2012. p. 142-162.

_____. "A diversão como gênero jornalístico". In: PEREIRA, Clarissa Josgrilberg; ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de: JACONI, Sônia (orgs). **Fortuna Crítica de José Marques de Melo** São Paulo, Intercom, 2013. P. 469-484.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. 5ª. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

_____. **Estética da criação verbal**; Tradução do russo: Paulo Bezerra. – 4º ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BERGER, Arthur Asa. ***Popular culture genres: theories and texts***. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.

CASTELLI, Eugenio. ***Lengua y redacción Periodística***. Rosário, Santa Féa: Colmegna, 1968.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

ECO. Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** 4ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

GARGUREVITCH, Juan. **Géneros Periodísticos.** Quito: Ediciones Ciespal, 2004.

GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: Edufba, 2011.

KAYSER, Jacques. ***La Prensa Diaria y La Comunidad Europea***. Traducción y Edición del Ciespal. Mayo de 1963. Traducción del inglés Training of Journalists, nº 15, Noviembre, 1962.

_____. ***Une Semaine dans Le Monde***. Paris, Unesco, 1953.

_____. ***El Periódico: estudios de morfologia, metodologia y de prensa comparada.*** Quito: Ciespal, 1964.

_____. ***El Diario francês***. Barcelona: ATE, 1970.

LASSWELL, Harold D. "A estrutura e a função da comunicação na sociedade"**.** *In*: COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural**. Companhia Editora Nacional, São Paulo: 1978.

LAURINDO, Roseméri. **Jornalismo em três dimensões: singular, particular e universal**. Editora da Furb, Blumenau: 2008.

_____. "Posição do autor gênero na interface entre o jornalismo e a publicidade"**.** *In*.:MELO,

José Marques de; LAURINDO, Rosemeri; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros Jornalísticos: teorias e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012, p. 47 – 55.

_____; MELZ, Marina. "Polêmica como categoria relevante para os gêneros jornalísticos, na leitura de Asfalto Selvagem, de Nelson Rodrigues". In: STRELOW, Aline et al. **Jornalismo: História, Teorias, Gêneros e Práticas.** São Paulo: INTERCOM, 2012. P.163-186.

MARQUES DE MELO, José. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro.** Editora Vozes, Petrópolis: 1985.

_____. **Jornalismo diversional**. São Paulo: ECA-USP, 1971.

_____. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Caetano do Sul, Difusão Editora, 2009.

_____. **Jornalismo Opinativo – gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. **A crônica policial na imprensa de Recife**. *In*: Idade Mídia, São Paulo, ano II, n.3 – junho/2003. Disponível em http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/mem_144-156_im3.pdf.pdf. Acesso: 22/01/2014.

_____. **Gêneros jornalísticos na imprensa espanhola: transição sem mudança?** *In*: Cadernos de Jornalismo e Editoração. V. 10. N. 23 – junho de 1989. P. 07-27.

_____. **Comunicação Social: teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1970.

_____. **Estudos de Jornalismo Comparado**. São Paulo, Pioneira Editora, 1972

_____. **Gêneros opinativos no Jornalismo brasileiro**. São Paulo, 1983 (tese), 1985 (1ª ed.)

_____. **Gêneros Jornalísticos na Folha de São Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.

_____. **Gêneros Jornalísticos na Folha de São Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.

_____. **Mercosul sob os olhos do mundo.** Pelotas: Unesco/UFPEL, 2008.

_____; ASSIS, Francisco. (orgs) **Gêneros Jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

_____; LAURINDO, Roseméri; ASSIS, Francisco de. (orgs). **Gêneros Jornalísticos – teoria e práxis.** Blumenau: Editora da Furb, 2012.

_____. **Panorama diacrónico dos géneros jornalísticos.** GP Gêneros Jornalísticos, no X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em http://www.intercom.

org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2215-1.pdf. Acesso em 23/01/2014.

_____ (org.). **Jornalismo semanal ilustrado.** Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero – Centro de Pesquisas da Comunicação Social. Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero. São Paulo, 1968.

PLATÃO. **A República**. Republic of Plato. São Paulo. Sapienza Editora, 2005.

PRADA, Raúl Rivadeneira. ***Periodismo – la teoria general de los sistemas y la ciência de la comunicación.*** México, Trillas, 1977.

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

PEREIRA, Clarissa Josgrilberg. **Quando a fronteira é notícia na fronteira:** um estudo sobre os gêneros jornalísticos que abordam as cidades fronteiriças de Ponta Porã (Br) e Pedro Juan Caballro (Py). Manaus, 2013. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1299-1.pdf. Acesso em: 26 de janeiro de 2014.

QUINTILIANO, M. Fábio. **Instituições Oratórias.** Tradução por Jerônimo Soares Barbosa. Edições Cultura. Tomo I São Paulo, 1944.

REBOUÇAS PORTO JR., Francisco Gilson." Brasil e Portugal: uma perspectiva comparativa sobre a história

da formação em jornalismo". In: (MACHADO, Elias). **O ensino de jornalismo na era da convergência**. Salvador: Edufba, 2001. P. 45-70.

REIMÃO, Sandra. **Em instantes: notas sobre o programa na TV brasileira.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

ROSARIO, Nísia Martins do. Formatos e Gêneros em corpos eletrônicos. *In*: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007. P. 183-203.

SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari (orgs). **Gêneros: um diálogo entre Comunicação e Linguística Aplicada.** Florianópolis: Insular, 2013.

_____. **Por uma outra classificação: uma proposição de critérios de definição de gêneros jornalísticos por impressos e digitais**. 2008. 314 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

SILVA, Dirceu Lemos. **TV a.G: a programa televisiva paulista antes da Globo**. Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo: 2012.

SILVERBLATT, Art. ***Genre studies in mass media: a handbook***. M.E. Sharpe, New York: 2007.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; et al. **O que dizem os gêneros nas narrativas jornalísticas não-biográficas de Fernando Morais.** Artigo apresentado do GP Gêneros Jornalísticos do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013.

_____; et al. "Jornalismo diversional e jornalismo interpretativo: diferenças que estabelecem diferenças". *In*: MARQUES DE Melo, José; LAURINDO, Roseméri; ASSIS, Francisco. **Gêneros jornalísticos – teoria e práxis.** Blumenau: Edifurb, 2012.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Márcia Perencin. **A televisão em busca da interatividade: uma análise dos gêneros não ficcionais**. Brasília: Casa das Musas, 2009.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Mulheres do sol e da Lua: a televisão e a mulher no trabalho.** Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2012.

WEBER, Max. **Conceitos básicos de Sociologia**. Tradutores Rubens Eduardo Ferreira Frias e Gerard Georges Delaunay. São Paulo: Editora Moraes, 1987.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4ª. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

WRIGHT, Charles. **Análise funcional e comunicação de massa.** Opinião Pública Quarterly, 610-613: 1960.

Capítulo 3

Cenário do Jornalismo Impresso: Entre Tensões e Potencialidades

Elza Oliveira Filha[1]
Rejane de Mattos Moreira[2]

Se tomarmos as recentes mudanças das tecnologias de Comunicação e Informação como paradigmas que alteraram as formas de agenciamentos entre indivíduos e grupos sociais, veremos que nesse processo de intensas transformações o jornalismo impresso experimentou as mais distintas formas de pressão. Pressão na sua configuração, na sua forma de distribuir e formatar os conteúdos, na sua produção e estilo de narrar.

1. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos (2006), mestre em Sociologia pela UFPR (2002), bacharel em Jornalismo com 20 anos de atuação na imprensa diária. Professora da Universidade Positivo, em Curitiba e coordenadora do GT Jornalismo Impresso da INTERCOM entre 2009 e 2012.

2. Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professora e coordenadora do Curso de Jornalismo da UFRRJ, Coordenadora do GP Jornalismo Impresso da INTERCOM 2012/2014.

Na perspectiva profissional essa pressão é sentida mais profundamente com a introdução dos primeiros computadores nas redações, entre as décadas de 1970 e 1980. Desse modo, a história do jornalismo impresso, como campo de compreensão e narrativa do mundo, vê sua autonomia associada às inovações tecnológicas que atingiram integralmente a produção da notícia. Nesse cenário, as redações mudam suas estruturas arquitetônicas integrando jornalistas, designers, fotógrafos, planejadores e mesclam cada vez mais linguagens diversificadas em grandes espaços multimídia.

Escrever e imprimir a escrita em plataforma impressa passa a disputar lugar com as linguagens audiovisuais e digitais. Somado a isso, os processos de fragmentação do noticiário impuseram ao impresso novos formatos de narrativa que desembocaram nos cadernos especializados dentro dos jornais. Uma espécie de "cadernização" é experimentada nos jornais como forma de absorver mais intensamente os públicos que são segmentados e as linguagens multifacetadas.

As denominadas "crises do impresso" apontam convenientemente para as tecnologias digitais que consolidam as linguagens multimídias disseminando públicos consumidores e formatos informativos inteiramente inovadores. Desse modo, os grandes jornais perdem sua "unidade informativa", sua perspectiva linear, caraterizada pela tecnologia[3] escrita, e entram em um processo de produção de leitura audiovisual.

3. *Cf.* Tomamos o conceito tecnologia de Pierre Lévy (1993).

Em cinco anos de pesquisa do GP de Jornalismo Impresso muitos foram os trabalhos que percorreram essas pressões, buscando entender como o jornalismo impresso se reinventa com as mídias digitais. Sendo assim, com o levantamento que propomos ao final do artigo foi possível desenharmos alguns esquemas amplos e gerais que qualificam essas mudanças e apontam para as potencialidades dessa linguagem em transformação.

Pudemos perceber, no entanto, que as crises aparecem de múltiplas formas e muitas também são as explicações que buscam circundar as mudanças geradas nas rotinas de produção jornalística. Basta tomarmos como exemplo as crises dos jornais no século XX. O papel fica cada vez mais caro e a impressão torna-se inviável para alguns veículos; as formas de articular som, imagem e gráficos são mais "acessíveis" na e pelas mídias digitais e os leitores se transformam em navegadores, que zapeiam, hibridizam e experimentam esquemas mais sofisticados de emissão e recepção de conteúdos. Os jornais impressos são paulatinamente substituídos pelas plataformas que congregam vetores valorosos da contemporaneidade: velocidade e flexibilidade.

O jornalismo impresso se conduz assim pela crise dos jornais e revistas e também pela crise da linguagem impressa. A nomenclatura crise passa a reger tentativas de reconfiguração do impresso, na medida em que o excesso de segmentação, experimentado como modo de captura do leitor digital, encapsula a informação em setores que muitas vezes não conseguem produzir leituras de mundo compatíveis com o formato impresso. A constituição mesma do impresso é colocada em suspeição, já que seus

meios e a primazia da escrita entram em deriva com os elementos que constituem o arcabouço das mídias digitais. As formas de leitura se alteram. Diferente da leitura linear ou mesmo integral, facilmente experimentada em formatos jornal e revista, entram em cena formatos de leituras mais velozes, compartimentados e *hipertextualizados*. Estaríamos na iminência de uma mudança entre a *cultura do papel* e a *cultura da tela?*

Encontramos em autores importantes como Roger CHARTIER (2011) e Robert DARTON (2010) pesquisas que buscam circundar a formação do letramento com a escrita, por exemplo. Os pesquisadores apontam para as introduções de diferentes formas de ler, com o início dos livros, revistas e jornais e procuram circunscrever esses períodos históricos para perceber como se empreende o letramento. Formas complexas como as leituras coletivas, decifradas ou manipuladas mobilizam as práticas culturais fazendo emergir mentalidades e processos de aprendizagem heterogêneos. Neste sentido, os autores indicam que entender a leitura como lugar homogêneo é correr o risco de subsumir o aspecto cambiante e histórico das múltiplas práticas de leituras.

Em contundente artigo, *A leitura e suas dificuldades,* Francois BRESSON (2011) nos indica como a concepção clássica de leitura aponta para uma formação de mentalidade linear, decifratória e que toma como elemento fundante a relação entre autor e leitor. A concepção de texto escrito exige uma forma de condução da leitura que empreende sequências e linhas. No entanto, os gráficos que orientam e modelam a escrita não são os elementos primordiais dessa escrita em sequência, eles contribuem,

intensificam, mas, segundo o autor, a complexidade da leitura se dá "na correspondência entre a sequência gráfica e a sequência falada" (2011, pg 28). Outros aspectos como a segmentação da grafia entram em cena na construção desse mosaico de leitura, dificultando, produzindo abstrações múltiplas que provocam as séries de interpretações e as matizes do discurso. Ler em sequência é um modelo que se funda a partir de certas experiências sociais e culturais e amplia o espectro de construção do sujeito letrado.

Mas como podemos entender o impresso com as novas formas de leituras que hoje são acionadas pelas mídias digitais? Se trouxermos essa discussão para as plataformas digitais, certamente teremos que dimensionar outros aspectos da produção da leitura. Com as mídias digitais as mudanças nas formas de ler envolvem complexidades que conduzem a modificações na produção do modo mesmo de ler, produzir e construir as visões de mundo. Neste sentido, entra em cena uma diversificada e nova "textualidade eletrônica" que aciona níveis de formatações de conteúdos e práticas de leituras mais afeitas ao som, às imagens e propriamente à linguagem multimídia. A lógica do digital, além de congregar novas tecnologias (oralidade escrita, informática, imagem) também se constitui pela quebra de linearidade na relação entre emissão e recepção. Receptores tornam-se emissores e emissores tornam-se receptores. A comunicação se transversaliza e coloca em ação as linguagens híbridas[4].

4. *Cf.* Sobre o conceito de *híbrido* como marca da contemporaneidade conferir pesquisas de Bruno Latour (1989).

Há então um momento de passagem entre as estruturas do impresso e do digital. Isso acarreta o entendimento que os processos de aprendizagem se modificam e novos elementos surgem que compõem o texto[5], como o *hipertexto*. Nos apontamentos de XAVIER (2004) encontramos a seguinte questão:

> A leitura do mundo, da realidade que circunscreve o leitor de Paulo Freire passa a ser profundamente alargada pelo hipertexto. Esse, em tese, deve expandir os horizontes de expectativa e de surpresa do leitor a patamares inimagináveis. O *hipertexto* reúne condições físicas de materializar a proposta paulofreiriana até às últimas conseqüências. Se para ler / entender a palavra é necessário saber antes ler o mundo, conforme apregoava o educador, o hipertexto vem consolidar esse processo, uma vez que viabiliza multidimensionalmente a compreensão do leitor pela exploração superlativa de informações, muitas delas inacessíveis sem os recursos da hipermídia.[6]

Esse fenômeno, obviamente, está inserido num cenário mais complexo, o de uma significativa mutação do capitalismo que excessivamente individualiza,

5. *Cf.* Tomamos o conceito texto a partir de pesquisas da análise do discurso que apresenta texto como contexto.

6. *Cf.* **XAVIER**, Antônio Carlos. *Leitura, texto e hipertexto*. In: Hipertexto e gêneros digitais – novas formas de construção de sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004, pg 172.

compartimentaliza e fragmenta as informações. Os modelos de jornais experimentam essas mudanças e tendem a remodelar seus formatos em busca desse consumidor-leitor cada vez mais segmentado, hipermidiatizado. Certamente esse processo produz seus próprios problemas, pois muitas vezes catapulta, em última instância, para uma descontextualização das informações.

Leão SERVA (2001) menciona esse processo no livro *Jornalismo e Desinformação*. Segundo o autor, a prática jornalística considera que o leitor deve ser explicado, guiado e direcionado para "entender" a informação. O problema que esse processo reducionista de condução à informação produz alguns excessos explicativos que descontextualiazam e inviabilizam o entendimento dos fenômenos narrados. Tão mais objetiva, clara e isenta a informação for, menos contexto o leitor terá. Interessante como o autor inverte a concepção de que mais informação gera clareza e objetividade para a perspectiva de que muitas vezes esse processo se realiza no inverso da questão. Uma espécie de excesso que gera pouco acesso. Há neste sentido, uma "armadilha do mosaico" que busca uma sofisticação da utilização de linguagens multimídia, mas determina uma espécie de repuxo.

> O consumidor de informações hoje se vê enredado em cipoal de notícias e meios (todos trabalhando sob o conceito de que notícias têm que ser novidades) que tira a sua capacidade de avalições e compreensão das informações e possivelmente anula a sua capacidade de produzir

> signos interpretantes necessários para o acompanhamento de todas as notícias.[7]

Para o autor, outras questões como senso comum, falta de visão e entendimento sobre o que se informa são elementos que compõem o mosaico de construção dessa narrativa descontínua e encapsulada. Os jornais acabam pecando pelo excesso de compartimentação da informação entendendo que esse processo "ajuda" o leitor a produzir sua visão do mundo. Mas em sentido inverso, a partir desse trecho, percebemos que o excesso de segmentação e fragmentação torna mais obtusas as informações veiculadas pelos jornais, já que faz o jornalismo impresso angular sua forma de narrar em prol de linguagens mais acessíveis e velozes. Essa forma de entendimento da narrativa jornalística tenciona práticas de leituras que se constituíram no e pelo jornalismo impresso.

Como veremos mais a frente, as pesquisas nos cinco anos de existência do GP de Jornalismo Impresso tiveram como objetos principais grandes jornais e revistas brasileiras e buscaram, a partir desses veículos, pensar as relações tensas que se desenham entre o impresso e o digital. No entanto, devemos salientar que as inovações tecnológicas foram consideradas dispositivos deflagradores de uma intricada relação entre as tecnologias propriamente ditas. A partir dessa modelagem foi possível

7. *Cf* . **SERVA**, Leão. *Jornalismo e Desinformação*, São Paulo, Editora SENAC, 2001, pg 78-79.

produzir diversificadas conjecturas teóricas e reflexivas que buscaram se afastar da ingênua e estéril fórmula do "determinismo tecnológico" e se aproximaram do complexo tecnológico que envolve todo o tecido social. Se afastar do determinismo tecnológico, proposta dos autores BOLTER e GRUSIN (1999), significa principalmente que não há necessidade de insistir em qualquer aspecto de causa ou efeito quando se pensa em meio e que não se deve considerar nenhuma tecnologia isoladamente. As tecnologias são agenciamentos entre outras tecnologias (1999, pg 83).

Nos trabalhos do GP pudemos verificar a opção por tomar as tecnologias em seus múltiplos contornos a fim de produzir problemáticas teóricas e metodológicas que realmente pudessem pensar o impresso como *linguagem*. Mais do que isso, nos trabalhos observamos que a "crise do impresso" foi adotada em suas múltiplas facetas, pois bem sabemos que as crises remodelam, reconfiguram e potencializam os meios. Nessa aposta, entendemos que o GP propôs abarcar o jornalismo impresso como um campo em ação, que se constitui com e a partir de outros campos.

Para concebermos esse mapeamento, tomaremos como aliado a noção de campo de Pierre BOURDIEU (1983). Segundo o sociólogo francês, campo é um domínio de correlações de forças que caracteriza certas disputas. Esse domínio tem como função descortinar as lutas num determinado espaço social. Sendo assim, o autor lança mão de campo como instrumento metodológico para empreender suas análises sociológicas. Acio-

namos a concepção de campo por entendermos que a construção de certas posições é instituída por situações de disputa. Em cada campo (educacional, cultural, científico, filosófico, jornalístico) são instituídas posições, angulações e legitimações. Operam no campo agentes múltiplos, assim como pressões diversas que produzem amálgamas institucionais. Na acepção de BOURDIEU (1983) isso fica claro no trecho a seguir:

> Um campo, e também o campo científico, se define entre outras coisas, através da definição de objetos de disputas e de interesses específicos que são irredutíveis aos objetos de disputas e aos interesses próprios de outros campos (não se poderia estimular um filósofo com questões próprias dos geógrafos) e que não são percebidos por quem não foi formado para entrar nesse campo (cada categoria de interesse implica indiferença em relação a outros interesses, a outros investimentos, destinados assim a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou nobres, desinteressados). Para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo dotadas de *habitus* que impliquem o conhecimento e o reconhecimento das leis imanentes, do jogo, dos objetos de disputas, etc.[8]

8. *Cf.* **BOURDIEU**, P. *Questões de Sociologia*, Rio de Janeiro, Marco Zero. 1983, pg 89.

Neste aspecto, entendemos campo como um espaço de trocas coletivas que produzem suas próprias regras e normas. São espaços de normatização e controle que mesmo se constituindo por pressões, conduzem discursos, formatos, experiências e narrativas. Mas os campos se definem mutuamente, originando espaços complexos de concorrências e conexões entre seus atores. Seria o jornalismo impresso um campo que se modula por contatos, por conexões e desvios de outros campos?

Nessa perspectiva, a crise do impresso emerge de uma reconfiguração do campo, que é deflagrada por novos discursos normativos do fazer jornalístico. As inovações tecnológicas se apresentam como um desses componentes discursivos que, num mesmo golpe, modifica, remodela e "remedia" as relações com os meios. Mas esse processo é complexo e experimentado de forma intensa por jornais, revistas e materiais informativos que hoje circulam em novas plataformas. No entanto, devemos perceber que esses meios foram instrumentos de outros meios. Numa expressão famosa de MCLUHAN poderemos entender essas pressões do impresso, pois, segundo o autor, o "conteúdo do meio é outro meio". Assim, as tecnologias midiáticas, redes ou híbridos, são expressados em termos físicos, sociais, estéticos e econômicos e introduzir outros meios é mudar as estruturas de compreensão dessa rede técnica e social. Para completar essa questão BOLTER e GRUSIN afirmam: "toda tecnologia se define em relação a tecnologias mais antigas" (1999, pg 28).

Numa leitura atenta e sofisticada de MCLUHAN, os americanos BOLTER e GRUSIN (1999) propõem o

conceito *remediação* para pensar as pressões dos meios para com outros meios. Remediação é mais complexo que convergência[9] na medida em que a preocupação reside em entender a distribuição dos conteúdos, o consumo da informação e as novas produções do conteúdo noticioso. Os autores entendem que os meios novos renovam, remodelam os meios antigos, mantendo entre eles determinadas ligações. Isso impede um princípio reducionista de "evolução" e aponta as pesquisas para direções que buscam pensar as recepções, as usabilidades e criações que surgem com os novos meios.

O processo de remediação em si é simples, mas suas inserções e averiguações nos meios requerem visadas macro do fenômeno midiático. Os autores defendem que as renovações vivenciadas com a inclusão das tecnologias digitais se aproximam cada vez mais de nossas experiências visuais cotidianas. Isso porque as tecnologias compõem nosso ambiente e muitas vezes se tornam o nosso ambiente. Talvez esse seja um traço interessante para começarmos a entender as relações do jornalismo impresso nesse contexto multimidiático.

Nessa discussão, alguns procedimentos metodológicos se fazem necessários como, por exemplo, a percepção de que os meios não anulam outros meios, mas

9. *Cf.* Jenkins propõe o conceito de convergência para definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais vivenciadas pelos meios de comunicação. Convergência se caracteriza pelo fluxo migratório entre suportes que afeta audiências e públicos. (2008)

muitas vezes aperfeiçoam, transformam e redirecionam os meios. Isso evita entendermos meios apenas como elementos de evolução ou empobrecimento dos outros. BOLTER e GRUSIN (1999) afirmam que MCLUHAN já havia alertado para a incorporação, modificação e comunicação mútua que meios acomodam a outros meios, mas salientam:

> Na tentativa de evitar tanto o determinismo tecnológico quanto a tecnologia determinada, propomos tratar as forças sociais e as formas técnicas como dois aspectos do mesmo fenômeno: explorar as próprias tecnologias digitais como híbridos de facetas técnicas, materiais, sociais e econômicas. Assim, a realidade virtual torna-se não somente um *head-mounted display* (e hardware e software) de computador; também é a soma dos usos de entretenimento e trabalho para os quais esse hardware e esse software são colocados, e é o capital institucional e empresarial destinado a esses usos"[10].

Os autores salientam que tomaram essa perspectiva mcluhiana levando em conta aspectos ainda mais complementares como o cultural e o social para pensar o fenômeno de *remediação* que, segundo eles, pode ser averiguado de quatro diferentes formas: quando meios

10. *Cf.* **BOLTER**, Jay David & **GRUSIN**, Richard. *Remediation: understanding new media*. MIT Press, 1999, pg 77. Tradução livre de José Ferrão, 2014.

incorporam meios anteriores, procurando extinguir a diferença; quando meios incorporam meios anteriores acentuando a diferença; quando meios absorvem inteiramente um meio anterior e minimizam as diferenças entre ambos e, finalmente, quando meios incorporam outras formas oriundas do seu próprio meio. Esses tipos de remediações funcionam a partir de procedimentos funcionais singulares e produzem representações particulares. A TV, por exemplo, que é absorvida pela internet, ou o rádio que migra para WEB, cada uma dessas remediações deve ser avaliada em suas formas e potências.

BOLTER e GRUSIN afirmam ainda que o *imediatismo* e o *hipermediatismo* são também procedimentos que remodelam e modificam os meios a partir de outros meios. No entanto, o imediatismo é uma espécie de promessa de cada meio em reformar seu predecessor de forma mais rápida e autêntica possível. Relações, por exemplo, entre o computador que era máquina numérica e agora realiza conferências em tempo real. Isso seria um exemplo de imediatismo, já que as interfaces de um e outro se apagam "de tal maneira que o usuário não mais esteja consciente de confrontar-se com um meio, mas, em vez disso, se posicione numa relação imediata com os conteúdos desse meio" (1999, pg 24 e 24). O imediatismo seria então uma forma de mitigar as diferenças de meios e apresentar uma síntese mais e clara e objetiva possível entre os meios.

O *hiperemediatismo* é um tipo de mediação que torna a presença do meio mais visível, como por exemplo, os gráficos, textos e vídeos que produzem representações visuais, com significados também visuais. Esse tipo de

mediação cria espaços mais heterogêneos de percepção e buscam a atenção do espectador. No *hipermediatismo* as representações são eminentemente visuais o que faz multiplicar as perspectivas. Estaríamos então na condução de processos cada vez mais sofisticados de remediações? Jornais que migram para WEB; WEB que são acionadas pelos jornais; rádios que se multiplicam em mídias sonoras; audiovisual que repensa o telejornalismo. Um mosaico complexo e intenso qualifica os novos formatos do fazer jornalismo.

O que é obsoleto hoje? O que se torna contemporâneo? Questionamentos como esses merecem ser respondidos a partir de mosaicos também relacionais. Condenar o presente parece previsível quando as mudanças de paradigma solapam de forma intensa as teorias e as práticas cotidianas. No entanto, FOUCAULT (1999) já havia indicado um procedimento para se pensar o agora: tomando-o como um momento qualquer, nem melhor nem pior do que outros, apenas como um presente qualquer. Esse aspecto impede pressuposições apaixonadas e rupturas definitivas com nosso tempo.

Essas questões, temáticas e conceitos nos indicam que pensar o jornalismo impresso é tomar o contexto cultural como amálgama. A visada culturalista nos previne, portanto, de recorrermos a posturas apocalípticas ou integradas do fenômeno midiático. Tanto o jornalismo impresso quanto o próprio campo do jornalismo estão em deriva, estão se reinventando e estão assentados em arenas de disputas. Suas lógicas e processamentos estruturais estão sendo postos em circulação.

A partir dessas ideias apresentaremos a seguir um balanço representativo das pesquisas desenvolvidas em todo o país e apresentadas no GP Jornalismo Impresso nos últimos cinco anos. Esperemos que esse balanço ofereça ao leitor princípios teóricos norteadores, referências autorais e cartografias amplas dos trabalhos desenvolvidos nas universidades brasileiras.

Um Balanço do GT Jornalismo Impresso

Nos cinco primeiros anos de funcionamento do GT Jornalismo Impresso da Intercom (de 2009 a 2013) foram aceitos 139 artigos para serem apresentados nos congressos nacionais da entidade. O recorde ocorreu no encontro de 2009, realizado em Curitiba, quando 43 *papers* foram programados para apresentação em seis sessões de trabalho.

Quando se fala em jornalismo impresso, os objetos mais evidentes de pesquisa são os jornais e revistas, mais antigos e tradicionais veículos de informação jornalística e responsáveis históricos pelo estabelecimento das bases conceituais, éticas e práticas do desempenho da profissão.

Um levantamento nos textos apresentados nos congressos dos últimos cinco anos indica que as revistas foram estudadas, sob variados aspectos e temáticas, em cerca de quatro dezenas de trabalhos. *Veja*, a principal revista semanal de informação no Brasil, figurou em 12

artigos; sua concorrente mais direta, a também semanal *IstoÉ* foi objeto de pesquisa em seis trabalhos, enquanto as revistas *Bravo!* e *piauí* apareceram em três diferentes artigos cada. *Manchete, Época, Nova e Claudia* foram citadas e analisadas em dois textos.

No segmento de revistas femininas - o mais abordado em trabalhos científicos realizados por pesquisadores brasileiros neste período - apareceram ainda os títulos *Marie Claire, Uma, Nova e Capricho*. Outras revistas citadas em artigos foram: *Realidade, Bundas, Caros Amigos, Bizz, Raça Brasil* e uma coluna da revista *Trip*. Direcionadas a públicos mais específicos, as revistas *Ocas* e *Menisquecência* também foram objeto de pesquisa, assim como a *Campus Repórter*, revista-laboratório do curso de Jornalismo da Universidade de Brasília.

Mais de meia centena de textos submetidos e aceitos ao GT Jornalismo Impresso nos últimos cinco anos abordavam aspectos de jornais, sobretudo os diários. *Zero Hora* foi o veículo mais citado, em oito trabalhos – evidência da importância da pesquisa em comunicação no Rio Grande do Sul, onde o *ZH* é o jornal de maior circulação e pertence ao mais importante grupo regional de comunicação, a Rede Brasil Sul (RBS).

A *Folha de S.Paulo*, jornal de maior circulação nacional, foi objeto de estudo em sete trabalhos; o *Estado de S.Paulo* em seis, *O Globo* em cinco.

Entre os jornais regionais, os mineiros *Super Notícia* - o veículo de maior tiragem no País - e *Tribuna de Minas* foram os mais pesquisados, figurando em três *papers*, assim como o *Diário do Nordeste*. O *Correio Braziliense* e o

Estado do Maranhão apareceram em dois trabalhos cada. Vários outros veículos da imprensa regional - como os paranaenses *Gazeta do Povo, Jornal de Londrina* e o *Estado do Paraná*; *O Liberal*, do Pará; *Jornal do Commercio*, de Pernambuco; *O Estado de Minas*, a *Gazeta de Vitória* (ES) e o *Diário de Santa Maria* (RS) - também foram objetos de estudos envolvendo temáticas variadas.

Periódicos que já deixaram de circular, como o *Jornal do Brasil*, a *Última Hora* e o infantil *Foquinha*, foram citados em pelo menos um trabalho apresentado nos cinco anos de atividade do GT Jornalismo Impresso da Intercom. Veículos de circulação mais dirigida, como o *Jornal da USP* (Universidade de São Paulo), *Jornal do Senado* ou o *Jornal do Ônibus*, um exemplo de imprensa gratuita editado em Curitiba, igualmente apareceram como focos de pesquisas.

Dos jornais estrangeiros, *The New York Times* figurou em três artigos, o português *Expresso* e o argentino *Clarín* em dois textos cada. A edição brasileira do *Le Monde Diplomatique* foi objeto de uma pesquisa e outros jornais internacionais - como *El País, El Mundo, Los Angeles Times* – foram citados em textos como, por exemplo, uma análise comparativa de infografias de um acidente aéreo.

Instituições e autores

Listando as instituições de origem dos pesquisadores que submeteram artigos ao GT Jornalismo Impresso

e tiveram seus trabalhos aprovados, pode-se encontrar quase meia centena de universidades, sendo a imensa maioria constituída por instituições públicas de ensino. Os dados evidenciam interesses pela temática em todas as regiões brasileiras e houve registro de artigos produzidos em praticamente todos os estados da federação. Nos cinco anos de atuação do grupo é possível verificar a existência de alguns focos de pesquisa de veículos impressos, certamente aglutinados em função das preferências e motivações de professores/pesquisadores e seus orientandos. No quadro abaixo estão as instituições que mais apresentaram trabalhos, algumas vezes assinando de maneira compartilhada:

UNIVERSIDADE	ESTADO	TRABALHOS
Unesp/Bauru	São Paulo	12
Eca/Usp	São Paulo	10
UFRJ	Rio de Janeiro	9
UFJF	Minas Gerais	9
UFBA	Bahia	6
UFSC	Santa Catarina	5
UFPI	Piauí	5
Universidade Positivo	Paraná	4
UFPR	Paraná	4
PUC/RS	Rio Grande do Sul	4

Unisinos	Rio Grande do Sul	4
Cásper Líbero	São Paulo	4
UNB	Distrito Federal	4
UEPG	Paraná	3
UFSM	Rio Grande do Sul	3
UFF	Rio de Janeiro	3
Universidade Católica de Pelotas	Rio Grande do Sul	3

Duas das instituições que aparecem com números significativos de pesquisas - a Universidade Federal de Santa Catarina e a Universidade Estadual de Ponta Grossa, no Paraná - mantém os dois únicos programas de pós-graduação em Jornalismo do País. Nas demais, quando existentes, os PPGS são de Comunicação, com eventuais linhas de pesquisa que contemplam os estudos de jornalismo impresso.

Quando se verifica a formação dos autores que tiveram trabalhos aceitos no GT encontra-se um maior número de mestrandos, com cerca de cinco dezenas de pesquisadores. Em seguida vêm os 40 doutores que assinaram trabalhos – algumas vezes em coautoria com orientandos. No período pesquisado, apareceram ainda *papers* desenvolvidos por pouco mais de uma dezena de doutorandos, duas dezenas de mestres e três pesquisadores com formação de especialistas.

Títulos e palavras-chaves

Considerando a amplitude da ementa do GT Jornalismo Impresso[11] percebe-se que as dezenas de trabalhos produzidos nos últimos anos têm efetivamente uma gama variada de possibilidades temáticas e/ou metodológicas. O levantamento apresentado a seguir tem por base os títulos e as palavras-chave dos artigos aprovados no GT. A partir disso, buscou-se identificar os temas mais frequentes, bem como definir as metodologias empregadas e os veículos analisados, quando havia pesquisa empírica – o que correspondeu a mais de 80% do total dos trabalhos.

Expressões como 'crise', 'sobrevivência', 'alternativas', 'reinvenção', 'desafios', 'tem que morrer para germinar' ou mesmo 'fim do jornalismo impresso' estiveram presentes em mais de uma dezena de artigos nestes cinco anos. Como já foi discutido na primeira parte deste tex-

11. O jornalismo impresso em suas diversificadas dimensões: jornais (diários, semanários etc); revistas e jornais murais. Epistemologia, teoria e ensino do jornalismo impresso. História da imprensa. Linguagem verbal e gráfica das publicações. Os desafios de sobrevivência dos veículos impressos e suas transformações na contemporaneidade. [...] As possibilidades de convergência com o jornalismo on-line, as experiências dos jornais gratuitos ou de baixíssimo custo, a opção pelo jornalismo interpretativo, a segmentação e a especialização. (http://www.portalintercom.org.br/dts-sp-1415349476/100-dts/dts-gps/334-dt1--jornalismo-impresso)

to, a questão tem mobilizado as atenções não apenas das empresas jornalísticas e dos profissionais das redações; também a comunidade acadêmica tenta compreender e projetar as condições de permanência dos impressos.

Estes estudos, muitos de caráter ensaístico, estão sempre ligados ao debate das transformações vivenciadas pela imprensa nas últimas décadas e particularmente aceleradas com a popularização da internet. A palavra-chave *jornalismo na web* ou *jornalismo na internet* figurou em nove trabalhos; a expressão *novas tecnologias* esteve presente em sete e *convergência midiática* em seis, enquanto *redação integrada* apareceu duas vezes. No rol de palavras-chaves ligadas às recentes inovações do jornalismo foram encontradas ainda: *transmídia*, *multimídia*, *comunicação multimodal*, *comunicação em rede*, *hipertexto*, *blogs*, *QR Code*.

Um conjunto de trabalhos apresentados ao GT que mantém proximidade com a discussão das novas práticas jornalísticas volta-se para a atual configuração do mundo do trabalho dos profissionais. As palavras-chave *modernização*, *trabalho informal*, *perfil profissional*, *rotinas produtivas* e *sindicato* exemplificam as pesquisas que procuraram olhar para o trabalhador/jornalista inserido nesta nova realidade do mercado. Estas expressões apareceram duas vezes no período pesquisado, enquanto as palavras-chave *concentração midiática* e *fatores econômicos* estiveram presentes em um artigo cada.

Surpreendentemente, a maior parte dos termos constantes do jargão típico das redações jornalísticas – como *notícia*, *pauta*, *fato*, *acontecimento*, *apuração* e *entrevista*

– figuraram apenas uma vez nas palavras-chaves dos artigos aceitos pelo GT. A exceção ficou por conta da expressão *reportagem*, citada como palavra-chave em cinco trabalhos.

Em relação aos termos ligados à prática profissional - como *ética*, *objetividade*, *sensacionalismo*, *espetacularização*, *segmentação*, *autoimagem* e *crítica de mídia* - eles figuraram, igualmente, no máximo duas vezes nas palavras-chaves dos textos aprovados.

Já as expressões afeitas às teorias do jornalismo têm presença mais constante. *Angulação* e/ou *enquadramento*, por exemplo, figuram em seis artigos; *valores-notícia* e *produção de sentido* em três trabalhos cada, *fundamentos do jornalismo* e *noticiabilidade* em dois.

Palavras-chaves que envolvem conceitos advindos de outras disciplinas, sobretudo das ciências da comunicação, também foram encontradas: *identidade* (com seis registros), *indústria cultural, campos sociais, dispositivo, midiatização, temporalidade, imaginário*. Estes elementos evidenciam o caráter por vezes multidisciplinar das pesquisas em jornalismo, que levam seus autores a mobilizar aportes teóricos variados.

Como se verá adiante, a metodologia mais frequentemente citada como palavra-chave dos artigos é a análise de discurso. Possivelmente em razão disso, os termos vinculados ao texto e sua avaliação foram bastante encontrados como palavras-chave: *discurso* esteve presente em dez *papers*; o mesmo número de *representação*; *linguagem* apareceu oito vezes; *autoria* três, *enunciação* duas vezes; enquanto *ficção* e *léxico* constaram de um artigo cada.

Próximo da questão do discurso se encontra *narrativa* e/ou *narratologia*, termos presentes como palavras-chave em treze artigos aceitos no GT Jornalismo Impresso. Já a expressão *jornalismo literário* figurou em quatro trabalhos - um dos quais ao lado da palavra-chave *livro-reportagem*, apontado na pesquisa como exemplo de jornalismo literário.

Outras formas de jornalismo também apareceram com frequência na condição de palavras-chave: *jornalismo popular*, sete vezes (e *jornais populares*, três); *jornalismo cultural*, quatro; *jornalismo comunitário* e/ou *cidadão* também quatro vezes; *jornalismo internacional*, três (com registro de pesquisas envolvendo coberturas de temáticas brasileiras em jornais estrangeiros ou eventos internacionais em jornais brasileiros); *jornalismo infantil* duas vezes, assim como *jornalismo econômico*. Evidentemente, todas estas palavras-chaves conduzem ao foco das pesquisas apresentadas nos *papers*.

Vários autores de textos selecionados pelo GT no período pesquisado preferiram optar pela expressão imprensa complementada pela segmentação respectiva. Assim, *imprensa gratuita, imprensa alternativa, imprensa negra* (ou *relações raciais*) foram palavras-chave citadas. O segmento de imprensa feminina foi o mais representativo, conforme já visto em relação aos títulos de revistas femininas, Quase uma dezena de artigos tinha como palavras-chave *mulher, imprensa feminina* ou *feminismo*.

Embora a palavra-chave *jornalismo político* tenha sido registrada apenas meia dúzia de vezes, as temáticas po-

líticas e suas coberturas pelos veículos impressos foram as mais presentes nos cinco anos de funcionamento do GT: acima de duas dezenas de artigos versaram sobre campanhas políticas, relações entre jornalismo e política, coronelismo, mensalão. A eleição da presidenta Dilma Rousseff em 2010 figurou entre os episódios mais pesquisados, mas foram aceitos também trabalhos envolvendo a eleição de Barack Obama, nos Estados Unidos.

Ao lado dos assuntos políticos, vários outros temas tiveram suas coberturas avaliadas em pesquisas apresentadas ao GT. A palavra-chave *memória*, por exemplo, constou de quatro artigos demonstrando o interesse em análises de episódios passados. Fatos históricos como a revolta de *Canudos* (presente em três trabalhos), ou aspectos da *ditadura militar* (também figurando como palavra-chave de três *papers*) se complementaram com expressões como *transição democrática*, *autoritarismo* e *liberdade de expressão* – palavras-chave presentes em um artigo cada.

A temática do *abuso sexual infanto-juvenil*, apresentada por diferentes veículos de informação jornalística, foi objeto de três pesquisas, enquanto aspectos de *saúde* e noticiários envolvendo o *MST* apareceram em dois trabalhos. Outros temas cujas coberturas foram avaliadas e que constaram como palavras-chave: *jovens, pessoas em situação de rua, favela, futebol, unidades de polícia pacificadora, terceira idade, manifestações de junho de 2013, professores, criminalidade, violência, turismo*.

Alguns autores ícones do jornalismo brasileiro figuraram como palavras-chave em artigos: Clarice Lispec-

tor e Eliane Brum apareceram em dois textos e Euclides da Cunha e Nelson Rodrigues em um artigo cada.

Em relação às metodologias, como já citado, a palavra-chave *análise de discurso* foi a mais presente, com dezoito registros, enquanto *análise de conteúdo* apareceu quatro vezes e *análise qualitativa*, uma. Os estudos de recepção, embora não tenham figurado como palavra-chave, fazem parte dos interesses dos pesquisadores. Assim é que sete trabalhos ostentavam as palavras *leitores* ou *público leitor*, e outros quatro indicam *contrato de leitura*.

Finalmente, perto de duas dezenas de artigos aprovados pelo GT entre 2009 e 2013 tratavam de aspectos visuais do jornalismo impresso. *Diagramação* ou *design gráfico* apareceram como palavras-chave em oito textos; *primeira página* em cinco; *imagem* em quatro; *fotojornalismo* e *infografia* em duas. Outros registros neste segmento foram: *cor, legibilidade, técnicas de edição, charge, planejamento gráfico* e um artigo que usou como palavra-chave *jornal mural*, dedicando-se à análise de um veículo de imprensa comunitária.

Referências

Várias centenas de autores foram citados nos 139 artigos selecionados pelo GT Jornalismo Impresso da Intercom nos últimos cinco anos. Embora o referencial bibliográfico, como seria esperado, guarde relação

com os objetos de estudo, as metodologias e os focos das pesquisas, foi possível identificar alguns autores cuja presença é mais frequente. No quadro abaixo estão os nomes citados mais de uma dezena de vezes nos *papers*.

Autor	Número de citações
TRAQUINA, Nelson	51
CHARAUDEAU, Patrick	26
HALL, Stuart	23
WOLF, Mauro	21
MAINGUENEAU, Dominique	20
ORLANDI, Eni	18
BOURDIEU, Pierre	17
LAGE, Nilson	16
SODRÉ, Muniz	16
MELO, José Marques	14
VERÓN, Eliseo	14
MEDINA, Cremilda	12
MORAES, Dênis	12
CASTELLS, Manuel	12
THOMPSON, John B	12
JENKINS, Henry	10
SOUSA, Jorge Pedro de	10
AMARAL, Márcia Franz	10

O professor português Nelson Traquina recebeu o maior número de citações e as referências envolvem quatro obras: os dois volumes da Teoria do Jornalismo editados pela Insular (*Porque as notícias são como são* e *A tribo jornalística*), *O estudo do jornalismo no Século XX*, publicado pela Unisinos, e *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, uma edição portuguesa de 1999. Na lista dos mais citados consta também o italiano Mauro Wolf, com a peculiaridade de que todas as referências são do volume *Teorias da Comunicação*, que tem diversas edições em português.

Confirmando a metodologia de análise de discurso como uma das mais adotadas nas pesquisas apresentadas ao GT, os autores Patrick Charaudeau, Dominique Maingueneau e Eni Orlandi integram a lista dos mais citados, tendo referenciadas variadas obras. O mesmo acontece com Stuart Hall e Pierre Bourdieu, ambos autores não exatamente ligados à comunicação ou ao jornalismo, mas que operam conceitos bastante trabalhados nas pesquisas de impressos, como identidade e campo social.

Entre os autores brasileiros mais vinculados ao jornalismo apareceram como bastante citados Nilson Lage, Muniz Sodré, José Marques de Melo, Cremilda Medina. Dênis de Moraes figura na lista sobretudo em função de trabalhos por ele organizados, reunindo textos de variados outros pensadores. Também com uma variada gama de textos aparece o pesquisador português Jorge Pedro de Sousa, em especial com textos sobre teorias do jornalismo e do fotojornalismo, enquanto a brasileira Márcia

Amaral é referência nos *papers* focados no jornalismo popular.

A inclusão de nomes como Eliseu Verón, J.B. Thompson, Manoel Castells e Henry Jenkins entre os mais citados evidencia, em particular nos dois últimos casos, a preocupação dos pesquisadores do jornalismo impresso com as mudanças operadas pelo advento das novas tecnologias de comunicação e de informação nas práticas jornalísticas.

A análise, mesmo que superficial, da extensa lista de referências bibliográficas dos trabalhos aceitos pelo GT demonstrou uma outra peculiaridade: cerca de 50 artigos apresentados em eventos da Intercom foram referenciados pelos pesquisadores do Jornalismo Impresso no período pesquisado. Isto evidencia, de maneira inequívoca, a importância da entidade e de seus congressos para fortalecer a propagação e a troca de conhecimentos entre os estudiosos da comunicação – neste caso específico, do jornalismo impresso. Isso certamente propicia a ampliação da capacidade de compreensão dos fenômenos sociais e pode gerar contribuições para a melhoria da sociedade e de seus membros.

Referências

BOLTER, Jay David & **GRUSIN**, Richard. *Remediation: understanding new media*. MIT Press, 1999.

BOURDIEU, P. *Questões de Sociologia*, Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

BRESSON, F. As dificuldades da leitura. In: CHARTIER. R**.** *Práticas de leituras*. São Paulo, Estação Liberdade, 2011.

CHARTIER. R. *Práticas de leituras*. São Paulo, Estação Liberdade, 2011.

DARTON, Robert. *A questão dos livros- presente, passado e futuro*, Rio de janeiro, Cia das Letras, 2010.

FOUCAULT, M. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro, Nau Editora, 1999.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. Ed Aleph, 2008.

LATOUR, B. *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro, Ed.34, 1989.

LÉVY, P. *As tecnologias da Inteligência – O futuro do Pensamento na era da Internet*. Rio de Janeiro, Ed 34, 1993.

MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro, Mauad, 2006.

SERVA, Leão. *Jornalismo e Desinformação*, São Paulo, Editora SENAC, 2001.

XAVIER, Antonio Carlos. Leitura, texto e hipertexto. In: *Hipertexto e gêneros digitais*

– novas formas de construção de sentido. Rio de Janeiro, Lucerna, 2004.

Capítulo 4

Mapeamento dos trabalhos do Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo: análise preliminar das pesquisas apresentadas no triênio 2011-12-13

Leonel Azevedo de Aguiar[1]

Introdução

A proposta desse artigo é realizar um mapeamento preliminar dos trabalhos acadêmicos apresentadas no Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Para esta tarefa de investigação, escolhemos a metodologia da Análise de Conteúdo, confor-

1. Professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio e coordenador de graduação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ). Diplomado em Jornalismo (UFF). Coordenador do GP Teoria do Jornalismo da Intercom para o biênio 2013-2014.

me proposto na conhecida obra da socióloga francesa Laurence Bardin (2011).

O Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo resultou – como todos os demais GPs –, da reestruturação, realizada no ano de 2000, dos Grupos de Trabalhos (GTs) e da criação, em 2008, das Divisões Temáticas[2]. Sua finalidade é reunir pesquisadores que tenham interesse nas amplas temáticas abarcadas pelas investigações científicas da Teoria do Jornalismo, visando estabelecer o diálogo e a troca efetiva de conhecimento.

O GP Teoria do Jornalismo está agrupado na Divisão Temática *Jornalismo* (DT1). A ementa[3] da DT *Jornalismo* descreve o âmbito de atuação de seus cinco grupos de pesquisa integrantes: GP Gêneros Jornalísticos; GP História do Jornalismo; GP Jornalismo Impresso; GP Teoria do Jornalismo; GP Telejornalismo. O GP Teoria do Jornalismo entrou em atividade no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2009, como desdobramento do Núcleo de Pesquisa *Jornalismo*.

2. Consultar o documento "Normas Regimentais dos Grupos de Pesquisas (GPs)". In: MORAIS, 2010, p. 119.

3. Ementa DT-1 *Jornalismo*: Estudo do jornalismo em seus múltiplos aspectos: teóricos, históricos, linguísticos e metodológicos. Reflexão crítica em torno das questões acerca do jornalismo, incluindo gêneros, jornalismo e contemporaneidade, discussões em torno do lugar do profissional, entre outras. O jornalismo como atividade técnica, profissional e de ensino e como campo teórico de estudos. Disponível em http://www.portalintercom.org.br/dts-sp-1415349476/100-dts/dts-gps/770-dt1-jornalismo.

O Grupo de Pesquisa deve ser constituído por, no mínimo, 20 pesquisadores atuantes em, pelo menos, três regiões do país. A proposta do GP deve ser assinada por oito doutores, no mínimo. Recomenda-se a participação de alunos de Iniciação Científica, bem como especialistas, mestrandos e doutorandos. Acolher pesquisadores de todos os níveis significa a possibilidade de renovação contínua do GP e, ao mesmo tempo, consolida linhas de pesquisa mais aprimoradas para o conhecimento sobre o eixo focal do grupo. O documento "Normas Regimentais dos Grupos de Pesquisas", além de determinar os parâmetros acima descritos para a constituição dos GPs, também descreve os objetivos que os grupos devem atender:

> Art.8. Os Grupos de Pesquisa pretendem atender aos seguintes objetivos:
> 8.1. Possibilitar a estruturação e o desenvolvimento de pesquisas na área de Comunicação, fomentando nos espaços extracongressos a realização de pesquisas integradas de forma a contribuir para o avanço dos estudos em comunicação no país.
> 8.2. Fomentar programas de cooperação potencializando e otimizando a pesquisa mediante iniciativas interinstitucionais;
> 8.3. Estruturar nos congressos da INTERCOM espaços para a apresentação de atividades de pesquisa dos associados que pertencem a um mesmo segmento disciplinar ou a área de fronteira;
> 8.4 Permitir maior plasticidade através das seções possibilitando agrupar especificidades e/ou tanto a inclusão como a substituição de temáticas, adaptando-se às demandas da comunidade científica;

> 8.5 Permitir a divulgação da produção científica, o encontro e a troca de experiências entre pesquisadores de Comunicação, potencializando o papel de vanguarda da INTERCOM no sentido de possibilitar o avanço do conhecimento na área.[4]

O GP Teoria do Jornalismo começou a funcionar, efetivamente, no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2009, como desdobramento do antigo Núcleo de Pesquisa *Jornalismo*, transformado em Divisão Temática. Esse GP, portanto, esteve presente nos últimos cinco congressos da Intercom[5]. O Grupo de Pesquisa apresenta a seguinte ementa:

> Na Teoria do Jornalismo, os diversos modelos de análise tratam da produção e/ou da recepção da informação jornalística, além de enveredar por

4. MORAIS, 2010, p. 121-122.

5. Nos congressos de 2009 (Natal), 2010 (Curitiba), 2011 (Recife) e 2012 (Fortaleza), a coordenação do GP foi do professor Doutor Felipe Pena (UFF). No congresso de 2013, em Manaus, assumi a coordenação do GP, após ter sido eleito pela plenária de pesquisadores no encontro do ano anterior. Para exercer a coordenação de GP, o candidato deverá: ser associado da INTERCOM há, pelo menos, quatro anos e estar em dia com as obrigações estatutárias; possuir o título de doutor; ser pesquisador da área de Comunicação, com notória vinculação ao eixo temático do GP; não estar exercendo a coordenação do respectivo GP ou do NP que o antecedeu, por período igual ou superior a quatro anos; constar entre os membros do GP há, pelo menos, três anos.

> questões profissionais, discursivas e estéticas. O grupo tem como proposta realizar a reflexão crítica sobre o jornalismo e sedimentar conceitos teóricos em torno do jornalismo. Ao defender uma teoria unificada como um campo de conhecimento específico, o objetivo é exatamente refutar a ideia de que os procedimentos jornalísticos constituem um saber autônomo e autossuficiente. Assim, também buscamos interlocução junto a outras áreas, como sociologia, filosofia, psicanálise, literatura e afins. Procurar-se-á investigar evidências, produzir dados e construir enunciados passíveis de revisão e refutação. Para isso, no entanto, devemos contar com a perene interconexão dos profissionais da redação e da academia.[6]

As palavras-chave desse GP são: teoria do jornalismo; crítica da informação; produção de notícias; questões profissionais; discurso jornalístico.

Pesquisas do GP: análise preliminar

Para situar, no contexto acadêmico, as pesquisas apresentadas ao longo desses cinco anos, optamos por fazer um recorte temporal dos últimos três anos de evento. Assim, sendo, escolhemos os congressos de 2011, 2012 e

6. Disponível em: http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=333:dt1-teorias-do-jornalismo&catid=100. Acesso em 9 jul 2014.

2013 para a seleção dos documentos a serem analisados. Nesse sentido, buscamos, nos Anais dos referidos congressos, os artigos apresentados no GP Teoria do Jornalismo nos encontros de Recife, Fortaleza e Manaus. Portanto, o *corpus* de análise é constituído por 38 artigos do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação[7]; por outros 33 artigos do XXXV Congresso[8]; e por mais 15 artigos do XXXVI Congresso[9], totalizando 86 trabalhos.

Conforme a metodologia proposta por Bardin (2011), após a escolha dos documentos e a constituição do *corpus*, devemos identificar as unidades de registro. Adotamos, nesse trabalho, a temática como unidade de registro, pois permite "descobrir os 'núcleos de sentido' que compõem a comunicação e cuja presença ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido" (BARDIN, 2011, p. 135). Como nossa finalidade é situar as pesquisas apresentadas nesse GP no contexto acadêmico, produzimos a referenciação desses índices a partir da formulação do objetivo exposto, seguindo as regras de categorização apresentadas em Bardin (2011). Adotamos, portanto, cinco categorias: 1) titulação dos autores dos trabalhos apresentados; 2) as

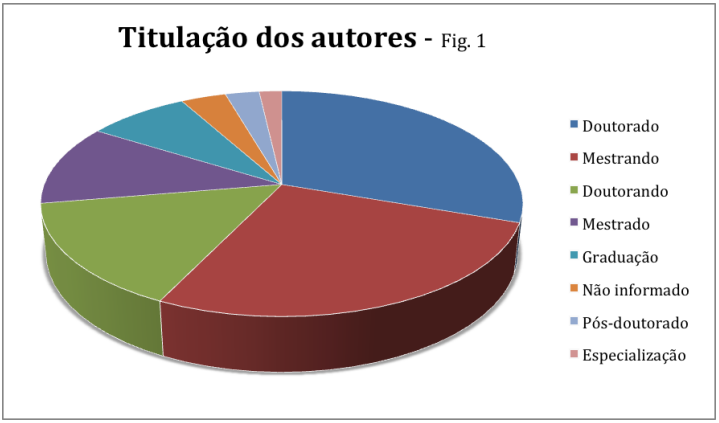
7. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/lista_area_DT1-TJ.htm. Acesso em 9 jul. 2014.

8. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/lista_area_DT1-TJ.htm. Acesso em 9 jul. 2014.

9. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/lista_area_DT1-TJ.htm. Acesso em 9 jul. 2014.

instituições acadêmicas de origem do primeiro autor do artigo, declaradas no momento de apresentação das pesquisas; 3) as palavras-chave exibidas nos artigos; 4) as metodologias explicitadas nos resumos dos artigos; 5) os autores claramente reconhecidos como pertencentes ao campo de pesquisa em teorias do jornalismo.

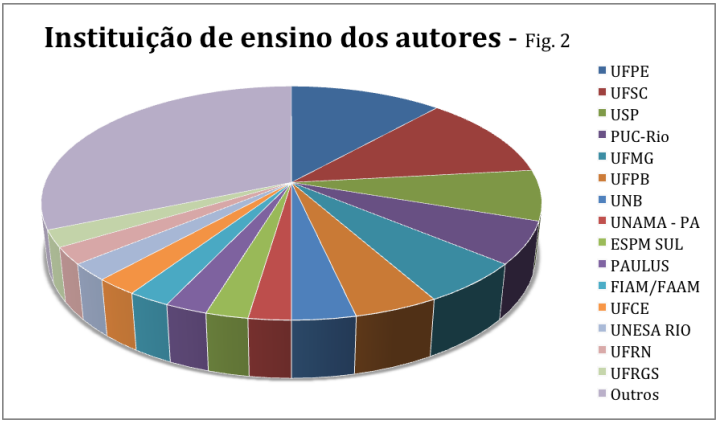
Os resultados da primeira categorização (ver Fig. 1) – titulação de todos os 112 autores que assinaram os 86 artigos incluídos nos Anais dos congressos –, demostram que – no recorte dos três últimos congressos nacionais – a maioria possuía título de Doutor (30%, o equivalente a 34 autores), seguido pelos que estavam, naquele momento, realizando o Mestrado (27%, ou seja, 30 mestrandos). Doutorandos, com 15% (isto é, 17 estudantes), e 12% de Mestres (13 autores), além de 8% de alunos de graduação, 3% com título de pós-Doutorado e 2% com diploma de especialização completam o quadro.



Em relação às instituições de origem dos autores (ver Fig. 2) que apresentaram trabalhos no GP, as duas universidades com maior presença nos três últimos congressos foram as federais de Santa Catarina e de Pernambuco (12% para cada uma; ou seja, 10 *papers* oriundos da UFSC e outros 10 artigos da UFPE), seguidas da USP (7% ou 6 artigos), UFMG e PUC-Rio (com 6% cada ou 5 artigos de cada uma). A UFPB (5% ou 4 artigos) e a UnB (3% ou 3 artigos) fecham a lista das instituições com maior frequência de apresentação de trabalhos no GP. Trinta instituições[10] apresentaram apenas um único trabalho nesse GP durante os congressos nacionais de 2011, 2012 e 2013. Pesquisadores de oito instituições de ensino superior expuseram dois trabalhos no GP ao longo dos três congressos: Universidade da Amazônia (UNAMA/PA); ESPM-Sul; Faculdade Paulus; FIAM/FAAM; UFCE; UNESA/RJ; UFRN; UFRGS.

10. A relação dessas 30 instituições de ensino superior é a seguinte: UFMS; UFPA; UFRJ; UFSE; UNESA/SC; Universidade Positivo; Universidade Vila Velha; UNICAP; UNISINOS; Universidade Cândido Mendes; Universidade Comunitária de Chapecó; Universidade Federal de Uberlândia; Universidade Potiguar; Universidade Sagrado Coração; Universidade de Sorocaba; Universidade Estadual de Ponta Grossa; Universidade Estadual de Santa Cruz/BA: Universidade Federal de Campina Grande/PB; Universidade Fernando Pessoa/Portugal; UFMT; Associação Educacional Luterana Bom Jesus (IELUSC); Universidade Metodista de São Paulo; FEEVALE/RS; Faculdade de Feira de Santana/BA; Faculdade Martha Falcão/AM; PUC/RS; PUC/SP; PUC/MG; UFAL; UFAM.

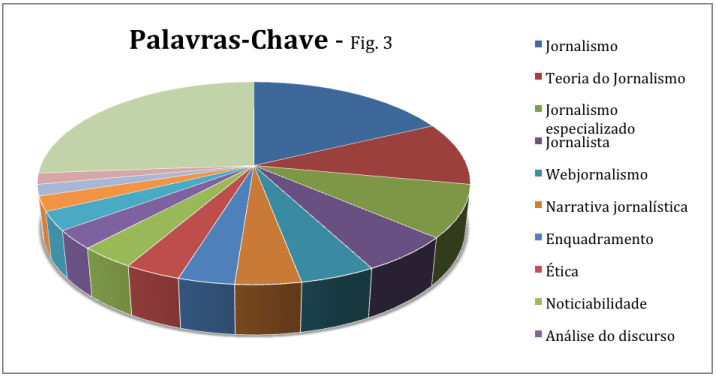
Em números absolutos, 47 instituições das cinco regiões do país estiveram presentes nos últimos três congressos com um total de 86 trabalhos. Desse total, apenas três trabalhos tiveram cunho interinstitucional, com pesquisadores de duas instituições assinando o mesmo artigo[11]. Só um trabalho, da Universidade Fernando Pessoa, de Portugal, é do exterior.



A terceira categoria levantada nesse estudo foram as palavras-chaves (Fig. 3). As palavras-chave com maior recorrência nos resumos dos 86 artigos foram: *Jorna-*

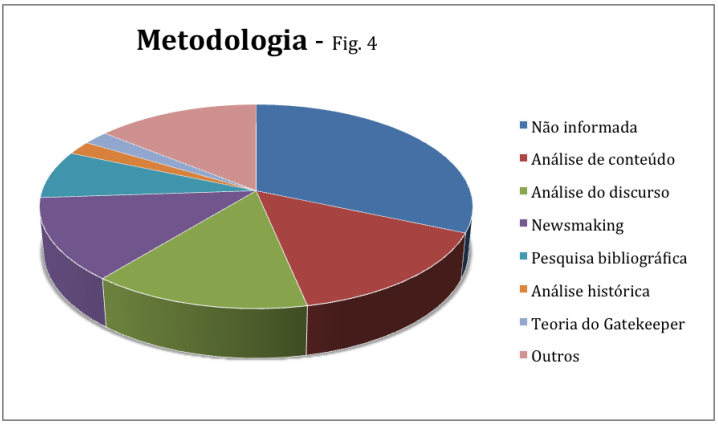
11. Esses três trabalhos foram assinados por pesquisadores de duas instituições diferentes: UNICAP, em conjunto com UFPE; Universidade Cândido Mendes/RJ com a UFRJ; Faculdade Martha Falcão/AM com a UFAM.

lismo, presente em 18% dos trabalhos apresentados; *Teoria do Jornalismo*, em 10%; as diversas modalidades de *Jornalismo especializado*, em 8%; *Jornalista*, em 6%; *Webjornalismo*, em 5%. Outras palavras-chave citadas foram: *Narrativa jornalística*, *Enquadramento*, *Ética* e *Noticiabilidade*, com 4% de recorrência cada uma. *Análise do discurso* e *Valor-notícia* aparecem com 3% cada. Em seguida, *Discurso jornalístico*, *Redes sociais* e *Reportagem*, com 2% cada também. Entretanto, outras 44 palavras-chave também aparecem esparsamente nos resumos, configurando 26% dessa categorização.



A quarta categoria elaborada aborda as metodologias de pesquisa (Fig. 4) citadas explicitamente nos resumos. As metodologias que aparecem com maior recorrência são: *Análise de conteúdo*, presente em 15% dos trabalhos apresentados; *Análise do discurso*, em 14%; *Newsmaking*,

em 13%; e *Pesquisa bibliográfica*, em 8%. Cabe ressaltar que 32% dos resumos analisados não informam qual foi a metodologia utilizada na pesquisa[12].

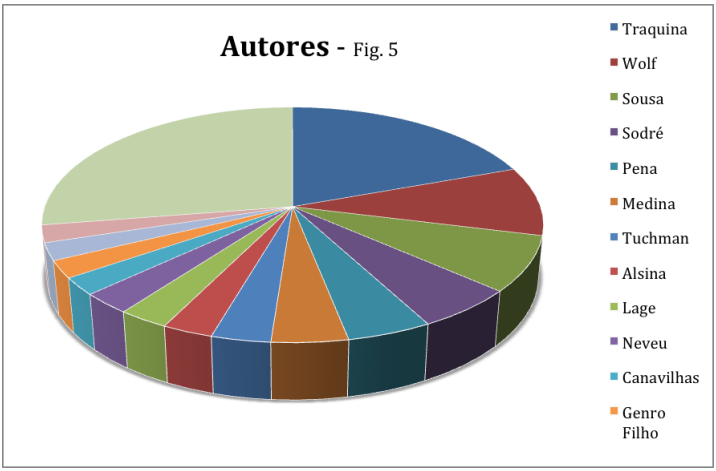


A quinta e última categoria – autores (Fig. 5) – foi construída a partir das referências bibliográficas presentes nos artigos. Foram selecionados apenas os autores que são, reconhecidamente, como pertencentes ao campo das pesquisas em teorias do jornalismo. Cada autor foi contabilizado apenas uma vez por artigo, ainda que em um mesmo artigo apareçam duas ou mais de suas

12. Em *Outros*, que representa 14% do total das metodologias explicitadas, temos: Análise histórica; Teoria do Gatekeeper; Teoria organizacional; Teoria enunciativa; Análise documental; Análise Hermenêutica.

referências bibliográficas. Os mais citados foram: Traquina (19%), com seu nome aparecendo 41 vezes nas bibliografias dos artigos; Wolf (9%), com 20 recorrências ao seu nome; Sousa (8%, ou seja, 16 recorrências); e Sodré (6% e com o nome aparecendo em 12 artigos). Aparecem ainda Pena (5%) e Medina (4%). Com o patamar de 3%, temos Tuchman, Alsina, Lage e Neveu (3%). Já no patamar de 2%, aparecem Canavilhas, Genro Filho, Melo e Palácios.

No próximo tópico, ao realizarmos a contextualização das pesquisas do GP no campo das pesquisas em teorias do jornalismo, veremos que os autores mais citados aqui nesse levantamento são, exatamente, aqueles que mais influenciaram ou participaram da constituição da especificidade dos estudos em jornalismo.



Contexto do GP Teoria do Jornalismo

Nesse tópico, pretendemos contextualizar o grupo de pesquisa da Intercom no campo dos estudos em jornalismo, apresentando um breve percurso histórico dos debates e propostas envolvendo a questão das teorias do jornalismo no país.

Machado (2004) demonstra que, para consolidar o jornalismo como campo de conhecimento, devemos ultrapassar a fase das metodologias exógenas utilizadas nos estudos do jornalismo para a especificidade metodológica das teorias do jornalismo.

> O mapeamento das particularidades da pesquisa no campo do jornalismo, com a distinção entre estudos de jornalismo, realizados com metodologias oriundas em outros campos de conhecimento e teorias do jornalismo, responsáveis pela experimentação metodológica dentro do campo, representa, a meu ver, o primeiro passo para que possamos dar um salto qualitativo nas pesquisas em jornalismo e para que o jornalismo obtenha o certificado de objeto científico com status próprio. Dado este passo, estaríamos em condições de, como disciplina com objeto e metodologias específicas, estabelecer redes multidisciplinares de pesquisas sobre o jornalismo (MACHADO, 2004, p. 8).

Meditsch (2004) realiza um levantamento histórico dos principais autores brasileiros que formularam e/

ou sistematizaram o campo das pesquisas em teorias do jornalismo. Ao lembrar que Adelmo Genro Filho foi o primeiro defender a necessidade de uma teoria do jornalismo, Meditsch (2004, p. 94) cita o clássico livro "O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo" como marco inicial de uma teoria do jornalismo no país, ainda que aponte estudos pioneiros isolados do jornalismo em Barbosa Lima Sobrinho[13] e Luiz Beltrão[14].

Genro Filho (1987) propõe uma teoria do jornalismo pela perspectiva marxista e, para dar conta da especificidade e complexidade do jornalismo como prática social, formula conceitos nos quais "pretende fornecer alguns elementos e indicações para a construção de uma da teoria do jornalismo" (GENRO FILHO, 1987, p. 19). Desse modo, conceitua "o singular como categoria central

13. A obra "O problema da imprensa", publicado em 1923, é considerada uma reflexão pioneira sobre a atividade jornalística. Além de examinar as relações da imprensa com a sociedade, discute questões centrais do trabalho do jornalista, como a liberdade de opinião e direito de resposta, além de descrever historicamente a atuação da imprensa no país.

14. As principais obras de Beltrão são: "Iniciação à Filosofia do jornalismo" (1960); "A imprensa informativa" (1969); "Jornalismo interpretativo" (1976); "Jornalismo opinativo" (1980). Em 2006, foi publicado "Teoria e prática do jornalismo", constituído por um conjunto de fascículos publicado entre 1961 e 63, em edições de circulação restrita aos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. Beltrão, em seu projeto pedagógico, já havia introduzido a ideia de uma Teoria do Jornalismo.

da teoria do jornalismo" (idem, p. 153) – demonstrando o *lead* como epicentro do singular (idem, p. 196) – e "o jornalismo como forma de conhecimento" (idem, p. 53), além de evidenciar o fato jornalístico como construção social (idem, p. 186). O autor destaca a sistematicidade do projeto pioneiro desenvolvido por Otto Groth, assim como o mérito de ter estudado o jornalismo como um objeto autônomo em relação aos demais processos de comunicação.

> Em 1910, Groth começa a escrever sua primeira obra, "O jornalismo", uma enciclopédia do jornalismo em quatro tomos, publicada entre os anos de 1928 e 1930. A partir de 1960 aparece seu trabalho mais importante e sistemático, "O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais". Foram seus volumes produzidos até 1965. Seu objetivo era obter o reconhecimento da "ciência jornalística" como disciplina independente (GENRO FILHO, 1987, p. 19).

Por sua vez, Groth também já havia reconhecido que as pesquisas isoladas realizadas em torno do jornalismo não poderiam se constituir como ciência, pois é preciso atender determinadas condições epistemológicas.

> Primeiro, cada ciência tem que comprovar, ter um "objeto próprio" que as outras ciências até agora não analisaram e cuja análise as intenções destas ciências também não permitem. Ou com o qual as outras ciências até já se ocuparam, mas

> a nova ciência pode fazê-lo a partir de outra perspectiva. Este modo especial de contemplação e elaboração de um "objeto" [...] nos proporciona um conhecimento específico do objeto, que é ordenado segundo princípios específicos de classificação. Isto quer dizer que este conhecimento tem que ser colocado em um "sistema" e só então a nova ciência está fundada, só então ela pode reivindicar o reconhecimento de sua autonomia (GROTH, 2011, p. 31).

Ao escreverem o prefácio para a edição brasileira de "O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais", Meditsch e Sponholz afirmam que a obra de Groth pode ser vista como "um clássico fundador da *Jornalística*, uma ciência projetada para entender e orientar a prática do jornalismo" (MEDITSCH; SPONHOLZ, 2011, p. 23). Esses autores apontam que Groth teoriza sobre a "essência" do jornalismo, descrevendo suas características fundamentais: periodicidade, atualidade, universalidade e publicidade.

> É uma referência inescapável em discussões sobre Teoria do jornalismo, para a compreensão do que ele tem de específico como trabalho intelectual. Essas leis constituem o cerne de sua teoria no que explica a prática e seguem sendo fundamentais para compreender as novas formas de jornalismo que emergem na internet (MEDITSCH; SPONHOLZ, 2011, p. 24).

É também de origem alemã o autor que Sousa (2004) situa como o "progenitor da Teoria do Jornalismo": Tobias Peucer, autor da tese "Os relatos jornalísticos", defendida em 1690 na Universidade de Leipzig, na Alemanha.

> Em vários excertos da tese de Peucer notam-se as preocupações do autor com algumas das questões centrais em torno das quais se tenta construir atualmente uma teoria da notícia e do jornalismo: os conceitos de notícia e de jornais; as relações entre jornalismo e história; o contributo da retórica e da evolução histórica para a estrutura da notícia; os critérios de noticiabilidade; os constrangimentos à produção de informação (SOUSA, 2004, p. 36).

Autores como Sousa (2005) e Traquina (2005) afirmam que a Teoria do Jornalismo deve responder a duas perguntas básicas: porque as notícias são como são e quais efeitos as notícias produzem na sociedade. Entretanto, enquanto Traquina explica que é possível apontar a existência de várias teorias que tentam responder a questão central – como são produzidas as notícias – e reconhece que a utilização do termo teoria é discutível, pois pode significar "somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios de proposições" (2005, p. 146), Sousa aposta na solidificação de uma Teoria do Jornalismo unificada para dar conta do processo de produção da informação, denominada teoria multifactorial da notícia.

> Uma teoria da notícia, à semelhança de outras teorias científicas, deve ser enunciada de maneira breve e clara, deve ser universal, deve ser traduzível matematicamente e deve ainda ser predictiva. Deve atentar no que une e é constante e não no que é acidental. Isto significa que o enunciado da teoria deve ser contido, explícito e aplicável a toda e qualquer notícia que se tenha feito ou venha a fazer (SOUSA, 2005, p. 81).

Sousa (2002) apresenta como referência central para sua proposta teórica a obra "*Mediating the message*", de Shoemaker e Reese (1996), que consolida uma teoria das notícias na qual se analisa a produção informativa jornalística a partir de cinco níveis[15] de influência sobre o conteúdo noticioso.

Os artigos de Machado e de Meditsch, publicados há dez anos, realizavam um levantamento do contexto acadêmico dos estudos de jornalismo no qual se desenvolvia e consolidava o campo das teorias do jornalismo. Também produzem um breve inventário[16] de autores

15. Os cinco níveis são: *gatekeeper*; rotinas produtivas; organizacional; trans-organizacional; ideológico (SOUSA, 2002, p. 15).

16. O breve inventário de autores de Machado (2004) cita: Danna, 1895; Park, 1904; 1921; 1954; Lippman, 1920,1923; Angell, 1922; Barbosa Lima Sobrinho, 1923; Otto Groth, 1928-30,1948; 1960; Rosten, 1937; Hughes, 1940; Carlos Rizzini, 1945; Breed, 1954; Luiz Beltrão, 1960; Jobim, 1960; Lage, 1979; Marques de Melo, 1972, 1985; Genro Filho, 1987; Marcondes Filho, 1986, 2001; Medina, 1986; Mathien, 1987, 1998; Gomis, 1974, 1991;

brasileiros e estrangeiros que, por diferentes justificativas de cunho epistemológico, pertencem ou podem ser incluídos como pesquisadores do campo das teorias do jornalismo. Realizam ainda uma resenha sumária dos programas de pós-graduação em Comunicação que tenham linhas de pesquisa voltadas para os estudos em jornalismo e, mais especificamente, pesquisas em teorias do jornalismo. Além disso, ambos também discutem questões de fundo epistemológico na constituição e consolidação do campo de pesquisa em teorias do jornalismo.

> No atual estágio das pesquisas[17], os pesquisadores em jornalismo devem perceber que, legitimado como objeto científico com status próprio, temos pela frente o desafio de estimular o desenvolvimento de metodologias adaptadas à compreensão do jornalismo como prática profissional, como objeto científico ou como campo especializado de ensino. Enquanto um pesquisador de um outro campo que estuda o jornalismo pode, porque suas perguntas são de outra ordem, satisfazer-se em aplicar metodologias oriundas de suas próprias disciplinas, um pes-

Meditsch, 1992; 1999; Machado, 1992, 2000, 2003; Cornu, 1994; Bechelloni, 1995; Sorrentino, 1996; Karam, 1997, 2004; Fidler, 1997; Senra, 1998; Chillón, 1999; Pavlik, 2001. Para ver as obras correspondentes aos anos citados, consultas as referências bibliográficas em Machado (2004).

17. "Atual estágio" significa até o ano de 2004, quando o artigo foi publicado.

> quisador que esteja interessado em descobrir as especificidades do jornalismo, seja como prática profissional, seja como campo especializado de ensino, deve preocupar-se, antes de mais nada, em como viabilizar a criação de metodologias de pesquisa ou de ensino adaptadas às particularidades do jornalismo (MACHADO, 2004, p. 5).

A trajetória histórica do campo deve também levar em conta a fundação de entidades e a realização de iniciativas acadêmicas no país que, por diversos aspectos, também fortalecem a consolidação da reputação científica do campo das pesquisas em teorias do jornalismo. Nesse sentido, destacamos o movimento acadêmico e profissional de retomada de um campo específico do jornalismo – no qual se leva em consideração a integração entre os pilares indissociáveis do ensino e da pesquisa –, marcado pela criação do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo[18] (FNPJ) e da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo[19] (SBPJor). No ano de 2000, são criadas as duas principais revistas acadêmicas de divulgação das pesquisas em jornalismo: "*Journalism Studies*" e "*Journalism: theory, practice and*

18. O I Encontro Nacional de Professores de Jornalismo ocorreu em 1995, no congresso nacional da Intercom realizado em Aracaju.

19. Em novembro de 2003, durante o I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na Universidade de Brasília (UnB), foi criada a SBPJor. Os 94 sócios fundadores aprovaram os estatutos da SBPJor e foi eleita a primeira diretoria.

criticism". Na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) é criado e começa a funcionar, no congresso de 2009, o Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo.

Quase uma década após essa avaliação inicial desses dois autores sobre o campo das pesquisas em teoria do jornalismo, é realizado o I Seminário Nacional da Pós-Graduação em Jornalismo. No dia 08 de novembro de 2013, na Faculdade de Comunicação da UnB, acontece o I PósJor[20], com palestras dos três coordenadores de Programas de Pós-Graduação (Mestrado) em Jornalismo e dos

20. Mesa: **Perfil e áreas de atuação da pós-graduação em jornalismo** - Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina - palestrante Prof. Dr. Rogério Christofoletti (UFSC); - Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa – palestrante prof. Dr. Sérgio Gadini (UEPG); - Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba – palestrante Profª. Drª. Joana Belarmino Sousa (UFPB); - Linha de pesquisa em Jornalismo e Sociedade/ Mestrado em Comunicação da UnB – palestrante Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira; - Linha de pesquisa em Jornalismo e Processos Editoriais/Mestrado em Comunicação e Informação da UFRGS – palestrante Profª. Drª. Virgínia Pradelina Fonseca (UFRGS); - Linha de pesquisa em Linguagem e Práticas Jornalísticas/ Mestrado em Comunicação da UNISINOS - palestrante Profª. Drª. Beatriz Alvaraz Marocco; - Linha de pesquisa em Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento/Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero – palestrante a confirmar; - Linha de pesquisa em Linguagem e Práticas Jornalísticas/Mestrado em Comunicação da UFPI – palestrante a confirmar.
Disponível em: http://sbpjor.org.br/11encontro/10anossbpjor/?page_id=49. Acesso em: 9 jul. 2014.

cinco coordenadores de Linhas de Pesquisa em Jornalismo em seus respectivos PPGs. A programação prosseguiu com trabalho em grupo para delineamento de novos horizontes e prospecção de temas de pesquisa, finalizando com a instituição de consórcios entre Programas e grupos de pesquisa.

Não é objetivo deste artigo realizar uma revisão bibliográfica das pesquisas em teorias do jornalismo. Esta seção visou apresentar o contexto acadêmico em que se constituiu o Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo da Intercom, articulado a partir do congresso de 2008, em Natal, e implantado no congresso de 2009. Sabemos que, em cada período histórico, emergem disputas para se tentar definir "o que é jornalismo". Na Contemporaneidade, uma resposta simplista não é suficiente, já que as tecnologias de comunicação e informação permitem a qualquer cidadão proclamar que "faz jornalismo". Portanto, mais do que tentar responder a uma indagação formulada em termos do pensamento metafísico-platônico – "o que é jornalismo" interroga pela essência imutável do jornalismo –, uma pergunta na perspectiva do método genealógico de Michel Foucault[21] visa compreender um regime de diferença no passado em relação àquilo que se apresenta no presente. É nesse sentido que a pergunta feita por Kovach e Rosenstiel – "para que serve o jornalismo?"[22] – adquire uma dimensão ético-

21. Sobre o método genealógico, ver Foucault (1977).

22. Respondem os autores: "a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para

política para ultrapassar determinados impasses que ainda permanecem no campo jornalístico e, por conseguinte, afetam as pesquisas em teorias do jornalismo.

Considerações finais

Uma interpretação dos resultados da análise dos trabalhos apresentados no GP Teoria do Jornalismo pode tentar visualizar o imperativo fundante da cultura profissional dos jornalistas – a informação jornalística como bem comum e o princípio político de que a sociedade tem direito à informação de qualidade – a partir de uma determinada perspectiva prescritiva que transborda na maioria desses 84 artigos. Como muitas pesquisas apresentadas no GP, durante o triênio analisado, possuem um caráter prescritivo, fica patente que essa prescrição acadêmica está de acordo com os valores imperantes na cultura profissional dos jornalistas, na qual cabe ao jornalista exercer com rigor ético e postura crítica suas práticas profissionais de mediador social, conforme legitimidade outorgada pela sociedade para essa função. Entretanto, na última década, mudanças estruturais no sistema capitalista, com os processos de globalização e flexibilização das relações capital-trabalho e a revolução digital proporcionada pelo avanço das tecnologias

---

serem livres e se autogovernar" (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 31).

de informação e comunicação, afetaram profundamente o campo jornalístico. No caso brasileiro, além do contexto global das mudanças estruturais do jornalismo em função das tecnologias digitais de informação e comunicação, devemos adicionar o processo específico da desregulamentação da profissão e a despotencialização das políticas públicas de comunicação. Acreditamos que as pesquisas em teorias do jornalismo e os trabalhos realizados no Grupo de Pesquisa Teoria do Jornalismo da Intercom estão contribuindo, significativamente, para uma melhor compreensão da atual conjuntura.

Outra interpretação dos resultados aponta que definir o que é o jornalismo e qual a sua função social são temas recorrentes nos trabalhos apresentados. Como sabemos, diversos autores já apontaram que a noção do jornalismo como mediação social é o fator de legitimidade social da profissão mas não é a única definição de jornalismo. A partir de autores que trabalham com as teorias construcionistas, estruturalistas e interacionistas, é possível perceber conceitualmente o jornalismo pelo viés de múltiplas funções sociais: uma forma de conhecimento; um dispositivo simbólico de construção social da realidade; uma dimensão da cultura, engendrando interações sociais; lugar de disputa entre os definidores primários e de negociação entre fontes de informação e jornalistas. Uma interpretação dos dados coletados também pode indicar que essas são as principais definições conceituais sobre o jornalismo presentes nos 84 *papers* do GP.

Entretanto, ao delimitar ainda mais os resultados, pode-se concluir que a maioria dos trabalhos de pesquisa

apresentados no GP Teoria do Jornalismo deixa entrever que o papel social fundamental da atividade jornalística – revelado, especialmente, na sua relação com a cidadania – circunscreve o jornalismo entre duas balizas teóricas: como um campo de produção de conhecimentos singulares sobre a dinâmica imediata da realidade social e como um campo de mediação discursiva dos interesses, conflitos e opiniões que disputam o acesso à esfera pública nas sociedades democráticas. Múltiplas concepções teóricas sobre jornalismo estão presentes nas pesquisas do GP, mas nessa fase inicial de apresentação de resultados preliminares não é possível fazer afirmações conclusivas sobre quais são as principais perspectivas teóricas desse grupo. Em suma, podemos inferir que, conforme os trabalhos analisados no período, o "cunho prescritivo" de muitas pesquisas pode significar a existência de uma disputa também na visão teórica sobre o fazer jornalístico e seus efeitos sociais.

As condições de possibilidades em ver e dizer[23] sobre a realidade social estão estratificadas também na comunidade interpretativa dos jornalistas. Esses modos do visível e do dizível sobre o real implicam, para a cultura profissional dos jornalistas, relações de poder-saber

23. Bourdieu já afirmou que os jornalistas possuem "óculos especiais" através dos quais vêem certos acontecimentos e não outros – "e vêem de uma certa maneira as coisas que vêem" (BOURDIEU, 1997, p. 25). Esses "óculos" são os valores-notícia através dos quais os jornalistas operam uma seleção e uma produção discursiva daquilo que é selecionado.

e produções discursivas atravessadas por efeitos de poder[24]. Um amplo campo de pesquisa para a Teoria do Jornalismo é desvendar os processos da noticiabilidade de um acontecimento conforme as ocorrências dos jogos de poder-saber estabelecidos entre as empresas jornalísticas e a comunidade interpretativa dos jornalistas. Os caminhos metodológicos podem se bifurcar, pois, se, por um lado, os critérios de relevância são flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros, por outro, devem ser considerados em relação à forma de operar do meio de comunicação que produz a informação. Conforme já apontou Wolf (2003), o pesquisador deve perceber que não há um processo rigidamente fixado e uma avaliação esquematicamente pré-ordenada da noticiabilidade. Nesse sentido, margens de flexibilidade e de ajustamento da noticiabilidade podem levar o pesquisador a avançar na direção de uma hipótese sobre o caráter negociado dos processos de produção da informação: o produto informativo parece ser o resultado de uma série de negociações micropolíticas que têm por objeto aquilo que é publicado e o modo como é editado nas plataformas jornalísticas – e esse tem se tornado um caminho fértil de pesquisa entre os participantes do GP nos três últimos congressos nacionais.

24. Conforme Foucault (1996) assegura, não há nenhuma exterioridade entre as técnicas de saber e as estratégias de poder, ainda que cada uma tenha seu papel específico e que se articulem entre si a partir de suas diferenças: estratégias e técnicas, conjuntamente, constituem focos locais de poder-saber.

Uma leitura exploratória permitiu perceber que uma parte significativa das pesquisas do GP investiga como se realizam os processos de negociações que são efetuados pelos jornalistas em função de fatores que possuem diferentes graus de importância e ocorrem em diversos momentos do processo produtivo, tendo sempre como parâmetro os valores da cultura profissional. Por outro lado, uma inferência global dessas pesquisas permite visualizar que muitos trabalhos priorizam estudar como os processos de fabricação da informação jornalística se configuram enquanto um espaço público de lutas micropolíticas no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam, pela construção discursiva, a produção de sentido sobre a realidade social. São duas trajetórias de investigação do objeto "jornalismo" que parecem ser extremamente potentes para a continuidade dos trabalhos de pesquisa do GP Teoria do Jornalismo.

Referências

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 20101.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BELTRÃO, L. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: Omnia, 2006.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.

GEERTZ, C. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: ____. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 13-41.

GENRO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo: Porto Alegre: Tché, 1987.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

KOVACH. B.; ROSENSTIEL. T. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MORAIS, O. de (org.). **Procedimentos INTERCOM**: roteiro, técnicas e métodos. São Paulo: Intercom, 2010.

MACHADO, E. Dos estudos sobre o jornalismo às teorias do jornalismo: três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento**. E-Compós**, v. 1, p. 1- 15, 2004. Disponível em: http://compos.

org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/2/4. Acesso em: 9 jul. 2014.

MEDITSCH, E. Estudos em jornalismo. **Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 2, p. 93-107, jul./dez. 2004. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1070/971. Acesso em: 9 jul. 2014.

MEDITSCH, E.; SPONHOLZ, L. Bases para uma Teoria do Jornalismo 2.0. In: GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 9-25.

MELO. J. M. de. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

SHOEMAKER, P. J.; REESE, S. D. **Mediating the message**. Theories of influences on mass media content. White Plains: Longman, 1996.

SOBRINHO, Barbosa Lima. **O problema da imprensa**. São Paulo: Edusp, 1997.

SODRÉ, M. **A narração do fato**: notas para uma teoria do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

____. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.1, n.2, p. 31-47, jul/dez. 2004. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2071/1813. Acesso em 9 jul. 2014.

____. Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.2, n.1, p. 73-92, jan/jun. 2005. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2090/1831. Acesso em 9 jul. 2014.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

____. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, M. O *newsmaking*: critérios de importância e noticiabilidade. In: ____. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003. p. 188-244.

Capítulo 5

O telejornalismo como objeto de estudo: o olhar dos pesquisadores

Christina Ferraz Musse[1]
Edna Mello[2]
Iluska Coutinho[3]

1. Jornalista, mestre e doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ) e editora chefe da Revista A3 de Jornalismo Científico e Cultural. Professora Associada da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora, é líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cidade, Memória e Cultura. Coordenadora do Grupo de Telejornalismo da Intercom e vice-coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF.

2. Professora Adjunta do Colegiado de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins, membro do NEPJOR/CNPq/UFT – Grupo de Estudos de Jornalismo Multimídia, coordenadora da Rede de Pesquisadores de Telejornalismo da SBPJor e vice-coordenadora do Grupo de Telejornalismo da Intercom. Pós-doutoranda da UFRJ, orientada pela Profa. Marialva Barbosa.

3. Jornalista, doutora em Comunicação Social (Umesp), com estágio doutoral na Columbia University (NY). Professora Associada II da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM da UFJF, é bolsista PQ2-CNPq e coordena o Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (CNPq-UFJF). Integrante

Cenários da pesquisa em telejornalismo

Quais os olhares lançados para o telejornalismo enquanto objeto de estudo, no âmbito da pesquisa em Comunicação? Teriam nossas pesquisas contribuído para caracterizar o conhecimento (re)produzido e veiculado por meio dos noticiários de TV? A proposta desse artigo foi realizar um levantamento preliminar da reflexão acadêmica sobre o telejornalismo, tomando os anais dos congressos da Intercom, da Compós e da SBPJor como bases de dados privilegiadas.

Além do levantamento do número total de trabalhos apresentados a cada ano, e dos universos nos quais emergia a pesquisa sobre o telejornalismo, evidenciou-se no levantamento o tipo de enfoque e/ou enquadramento privilegiado nos estudos, assim como os objetos empíricos preferenciais. Os dados levantados permitem traçar um diagnóstico preliminar sobre a reflexão acadêmica acerca do telejornalismo no Brasil, e perceber um aumento do interesse pelo tema nos últimos 15 anos.

O jornalismo opera por métodos e rotinas que se configuram num espaço de interpretação da realidade, muito embora se construa como mediador entre os acontecimentos e a sociedade. Dizer que o jornalismo faz uso de métodos implica também em entendê-lo como uma

---

da diretoria da Intercom, realiza pesquisa sobre Telejornalismo Público com financiamento da Fapemig e do CNPq e atualmente está em estágio doutoral na Universidade Nova de Lisboa, com apoio da Capes.

forma de conhecimento. Meditisch (1997, p. 9) observa que o jornalismo produz e reproduz conhecimento, mas está vinculado ao contexto em que é produzido. Diz ele: "Como toda forma de conhecimento, aquela que é produzida pelo Jornalismo está sempre condicionada histórica e culturalmente por seu contexto e subjetivamente por aqueles que participam de sua produção." (MEDITISCH, 1997, p.10)

O jornalismo de televisão desempenha uma função de destaque neste cenário, tendo em vista que continua sendo uma das principais fontes de informação dos brasileiros. De certa forma, a televisão sempre encurtou distâncias ao permitir que conteúdos gravados em diferentes regiões do país ou do mundo tivessem repercussão em som e imagem para diversas camadas da sociedade. No entanto, a tradição do modelo telejornalístico que perdurou por mais de cinquenta anos não possibilitava ao espectador interferir no "pacote" que recebesse pelo televisor, mesmo que se tratasse de uma transmissão "ao vivo". Assistir a um telejornal implicava em sentar-se diante de um televisor e tentar absorver uma parte das informações.

Houve uma mudança estrutural neste contexto com a criação da sociedade em rede. No caso específico do telejornalismo, a migração dos conteúdos dos telejornais para a *web* trouxe para o telespectador a possibilidade de acessar os conteúdos de forma integral ou parcial, em qualquer momento do dia. Há ainda dispositivos que favorecem o acesso a conteúdos específicos relacionados à memória dos acontecimentos e à interação com o

público (chats, fóruns, enquetes), que mesmo com as limitações decorrentes do processo aumentam consideravelmente o nível de participação da audiência. As redes sociais contribuem também para estreitar os laços com o público que passou a postar seus comentários sobre os conteúdos televisivos na rede.

Nos últimos anos, multiplicaram-se as pesquisas científicas que intentam explorar o universo das notícias televisivas ou de perceber a forma como os fenômenos sociais são retratados por meio do relato do jornalismo televisivo. A discussão sobre as rotinas produtivas do jornalismo, a relação com as fontes e os desdobramentos do advento da sociedade tecnológica informacional são alguns dos eixos de interesses.

Produção científica sobre telejornalismo nos Congressos Nacionais da INTERCOM

Os Congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) há 37 anos vêm se constituindo como um importante cenário de difusão de conhecimento científico no país e são um espaço em que a pesquisa em telejornalismo encontra uma importante participação. Para mapear a produção científica sobre o telejornalismo realizou-se uma pesquisa exploratória nos Anais dos Congressos Nacionais da entidade, evidenciando o total de artigos apresentados por ano, os temas e metodologias de pesquisa mais re-

correntes, e os telejornais mais estudados. A abordagem qualiquantitativa aliada à Análise de Conteúdo (BARDIN, 2002) são procedimentos metodológicos utilizados na análise.

Inicialmente, quando a Intercom era estruturada em grupos de trabalho, havia a presença de discussões sobre o Telejornalismo em dois GTs com apresentação de dois trabalhos em cada grupo: GT Jornalismo e GT Televisão, em 2000. A partir de 2001, quando os congressos passam a ser organizar a partir dos Núcleos de Pesquisa, há um predomínio das discussões no âmbito do NP Jornalismo, associado ao aumento do número de trabalhos apresentados, 7 trabalhos em 2001 e 2002. Em 2003 há uma queda, com a apresentação de 4 trabalhos, mas a perspectiva de aumento no número de reflexões sobre o telejornalismo é retomada em 2004 (09 trabalhos). Foram apresentados 31 (trinta e um) trabalhos sobre telejornalismo de 1999 a 2004 nos Congressos Nacionais da Intercom. De 2005 a 2009 foram apresentados 90 (noventa) trabalhos sobre telejornalismo, sendo visível a potencialização das reflexões a partir da constituição do Grupo de Pesquisa em Telejornalismo, em 2009, representando um aumento significativo de produção científica.

Entre os temas e abordagens presentes ao longo dos dez anos de levantamento (1999 a 2009) destacam-se: estudos sobre telejornalismo regional; análises de produtos/ coberturas; pesquisas sobre as rotinas produtivas; linguagem/ narrativa telejornalística e acerca do poder no/dos telejornais. Há ainda temas que aparecem com

uma recorrência significativa como ensino de telejornalismo; métodos de análise dos telejornais; história; gênero e aspectos tecnológicos, especialmente no que se refere aos impactos da tecnologia nos fazeres profissionais em telejornalismo.

A questão do poder dos telejornais e da participação desse tipo de gênero televisivo na constituição do imaginário da nação, assim como os sabores do telejornalismo regional, é que marcam o primeiro ano de análise. Há ainda uma reflexão sobre a relação tecnologia-produção da notícia, nesse caso específico um estudo sobre os impactos da edição não linear no então futuro do telejornalismo, e em seu ensino.

No que se refere ao tipo de estudo realizado, há um ligeiro predomínio da utilização de métodos como análise de conteúdo e telejornalismo comparado. Há ainda uma recorrente presença de trabalhos que se propõem a refletir sobre os modos de olhar, e compreender os noticiários de televisão, com vistas ao estabelecimento de uma metodologia particular para analisar esse tipo de produção, que é entendida no âmbito dos trabalhos também como instituição social.

Entre os telejornais tomados como objetos de análise, o *Jornal Nacional* (JN), o primeiro programa a ser veiculado em rede nacional de televisão no Brasil, noticiário há muitos anos líder de audiência, é o mais estudado. Em termos percentuais, 12,09% dos artigos apresentados entre 1999 e 2009, um total de 15 trabalhos, realiza investigações sobre o JN ou com reflexões a partir de sua cobertura de determinado tema.

Nos últimos cinco anos (2009-2013), o telejornalismo assumiu um lugar de referência no cenário das pesquisas em jornalismo, em especial nos Congressos Nacionais da INTERCOM. Entre os anos de 2009 a 2013 foram produzidos 253 artigos que discutem as especificidades do telejornalismo e sua relação com a sociedade. É possível perceber o interesse que o tema desperta desde os pesquisadores do Intercom Júnior que agrega alunos de graduação ainda em fase de formação até os diversos GPs que reúnem pesquisadores já titulados. O eixo Sul/Sudeste é o que apresenta maior produção científica nos Congressos devido à centralidade econômica do país neste polo.

No que se refere ao tipo de estudo realizado, há um predomínio das pesquisas que investigam a linguagem do telejornalismo e suas especificidades como a discussão sobre as características discursivas de determinado telejornal, a incidência de temas, a abordagem de pautas, os conflitos de formato da notícia ou as discussões sobre o gênero. As metodologias mais utilizadas no estudo da linguagem telejornalística são a Análise de Conteúdo e a Análise de Discurso (da corrente francesa). O estado da arte dos telejornais e suas implicações na sociedade sugerem reflexões com as ferramentas da pesquisa bibliográfica e a revisão teórica. As rotinas produtivas dos telejornais também têm merecido a atenção especial de pesquisadores que combinam o método da observação participante e a utilização de entrevistas ou questionários para ouvir os profissionais envolvidos no processo. A prática do telejornalismo comparado é frequente na

discussão entre o modelo de jornalismo público e o comercial, embora ainda centrado nas problematizações discursivas. Há ainda uma recorrente presença de trabalhos que se propõem a refletir sobre a relação com a audiência e a participação do público nos telejornais, além do debate do uso das tecnologias no jornalismo de TV e sua implicação nos modos de ver a notícia em televisão.

Um dado que merece destaque é a ausência de descrição dos métodos de pesquisa e de análise de resultados que nortearam o caminho do pesquisador na grande maioria dos trabalhos, embora seja perceptível a importância que o método desempenhou no trabalho apresentado. É possível inferir que existe uma dificuldade em nomear os processos adotados, muito embora os procedimentos tenham sido adotados. Talvez essas ocorrências reforcem a necessidade de obras que discutam as características do jornalismo de televisão, as teorias e os métodos de pesquisa afeitos a esse campo.

O telejornal mais estudado prioritariamente continua sendo o *Jornal Nacional*, o que de certa forma confirma o papel de destaque que este programa ocupa no cenário brasileiro. É o telejornal de maior alcance em território nacional, concentra ainda elevados índices de audiência e está presente na vida da população há 45 anos. Todavia é necessário assinalar também os centros de interesse que permeiam a discussão sobre a televisão pública, sobretudo de seus telejornais e a presença de estudos sobre telejornais regionais, que somados podem sinalizar as tendências das práticas jornalísticas locais.

Não por acaso, o *Jornal Nacional* constituiu-se em objeto central nos estudos publicados em uma obra que nasce na reunião do grupo de pesquisa em Telejornalismo realizada em Curitiba (2009). O livro "40 anos de telejornalismo em rede nacional: Olhares críticos" marcou a articulação entre os pesquisadores do GP Telejornalismo da Intercom e a Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (SBPJor), e foi apoiado seis programas de pós-graduação em Comunicação. A obra lançada em novembro daquele ano, representou uma mostra do acúmulo de pesquisas na área, e a contribuição da academia para marcar a celebração das primeiras quatro décadas do jornalismo em rede de TV no Brasil.

Espaços de debate: dos programas de pós graduação aos congressos

Entre 2009 e 2013, período de criação e consolidação do GP Telejornalismo, o grupo foi espaço para debates e difusão acadêmica das contribuições de diversos programas de pós-graduação do país. Os dados coletados na base de dados disponível, que reúne o universo dos trabalhos apresentados nos congressos nacionais da Intercom, acabam por reforçar uma centralidade da temática do Telejornalismo, como objeto de pesquisa de alguns cursos de mestrado e doutorado no Brasil.

Entre os programas mais presentes no grupo destacam-se os da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF),

PUC-RS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Estadual de Londrina (UEL), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal da Bahia (UFBA) e no último triênio também Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Não por acaso, diversos desses programas, a partir de seus pesquisadores sêniores, também integram a Rede de Pesquisadores de Telejornalismo da SBPJor (Telejor). Os seus coordenadores, Flávio Porcello (2006-2013) e Edna Mello (atual), também participam com regularidade do grupo, desde sua constituição, em 2009.

Em muitos casos, mesmo nesses programas, percebe-se uma participação mais episódica de pesquisadores em formação ou que concluíram recentemente seus cursos de mestrado ou doutorado. A presença constante dos professores desses programas, com apresentação de trabalhos individuais ou em coautoria e ainda coordenação de sessões, garante a manutenção da profundidade dos debates e trabalhos, e consolida o GP Telejornalismo como espaço privilegiado para reconhecer o estado da arte da pesquisa sobre o jornalismo televisual no Brasil.

Por esse motivo, em articulação com a rede Telejor, muitas discussões iniciadas no âmbito no GP Telejornalismo foram ampliadas nos últimos anos com a publicação de livros. Em 2006, foi publicado o livro "Telejornalismo: a nova praça pública" - (Editora Insular: Florianópolis); em 2008, foi lançada a obra "A Sociedade do Telejornalismo" - (Editora Vozes: Petrópolis, 2008);

em 2009, “40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos (Editora Insular: Florianópolis, 2009); em 2010, “60 anos de telejornalismo em rede nacional: História, Análise e Crítica (Editora Insular: Florianópolis, 2010) e em 2013, “# telejornalismo: nas ruas e nas telas” (Editora Insular: Florianópolis, 2013).

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), fundada em 2003, busca reunir estudiosos e estimular a articulação de redes nacionais de pesquisadores em jornalismo. A entidade organiza encontros anuais de âmbito nacional e congrega pesquisadores plenos (doutores), em formação (estudantes de pós graduação) e iniciantes (estudantes de graduação). Desde 2003, são apresentadas regularmente várias pesquisas sobre telejornalismo nos encontros da SBPJor. De 2003 a 2008 foram apresentados artigos em comunicações coordenadas e comunicações individuais. Em 2006, foi oficialmente criada a Rede de Pesquisadores em Telejornalismo da SBPJor com dez integrantes: Flávio Porcello (UFRGS), como coordenador, Alfredo Vizeu e Yvana Fechine (UFPE), Aline Grego (Unicamp), Beatriz Becker (UFRJ), Célia Ladeira Mota (UnB), Christina Musse e Iluska Coutinho (UFJF), Sean Hagen (UFRGS) e como representante de universidade de outro país, João Carlos Ferreira Correa (Universidade da Beira Interior, de Covilhã, Portugal). A rede se propõe a articular os pesquisadores em telejornalismo de diversas regiões do país e procura apresentar uma publicação editorial (livro) que possa contribuir para o cenário científico brasileiro. A maioria dos pesquisadores da rede é formada

por professores da disciplina de telejornalismo, além de muitos terem vivenciado a prática profissional da reportagem de televisão ou participado das rotinas produtivas de telejornal.

De 2009 a 2013 foram apresentados 100 trabalhos nos congressos da SBPJor sobre telejornalismo. O *Jornal Nacional* é também o telejornal mais estudado, seguido pelo *Repórter Brasil* (TV Brasil) e telejornais locais. Os temas de pesquisa mais estudados são a linguagem do telejornalismo, as práticas exitosas do ensino de telejornalismo, o debate sobre as mudanças nas rotinas produtivas e temas do audiovisual como a discussão das visualidades na tela. A metodologia mais utilizada é o Estudo de Caso, seguido pelos métodos da Análise de Discurso, Análise de enquadramento e Análise de Conteúdo.

Outra contribuição científica relevante no âmbito da pesquisa em telejornalismo são os congressos da COMPÓS. A COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, desde 1991 congrega como associados os Programas de Pós-Graduação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil. Destacam-se como seus principais associados as universidades: PUC-SP, UFBA, UFRJ, UnB, UNICAMP, UMESP. É também um significativo espaço de disseminação de conhecimento e pesquisa reunindo diversos pesquisadores em seu congresso anual, realizado em diversos estados do país.

De 2009 a 2013 foram apresentados 10 (dez) trabalhos sobre telejornalismo nos congressos da COMPÓS.

Os telejornais mais estudados neste período foram o *Jornal Nacional* e o *RJTV*, seguidos pelo programa *Balanço Geral* e telejornal *MGTV*. Os temas mais estudados foram a linguagem dos telejornais e a contribuição das audiências, além das pesquisas sobre as rotinas produtivas, convergências de mídias e realidade televisiva. Entre os métodos de análise mais utilizados destacam-se a Análise de Discurso e o Estudo de caso, embora tenham sido encontradas também as citações dos métodos de Análise de Conteúdo e Análise de Enquadramento.

Considerações preliminares

A reflexão sobre o campo do telejornalismo, seus processos, métodos e temas de pesquisa possui significativa importância no cenário acadêmico e social por sua relevância, significado e eficiência para a compreensão dos fenômenos que norteiam a produção de conhecimento e da informação jornalística em televisão. Sem dúvida, o telejornalismo configura-se como um lugar em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade e provocam o debate social, contribuindo de forma especial para a prática da democracia. No entanto, o telejornalismo é também uma construção simbólica, que opera por meio de escolhas e seleções de notícias, edição de imagens e sons e estruturas demarcadas discursivamente. Aprofundar as investigações sobre as práticas jornalísticas e suas reverberações na sociedade é um dos desafios da pesquisa científica.

A busca por compreender o conhecimento socialmente produzido nos telejornais, e legitimados por audiências nacionais e locais, a partir do viés da representação e da produção identitárias parece salientar a importância dos telejornais como espaço de narração e construção de uma determinada realidade. Ao narrar o mundo e a cidade, os telejornais acabam por ofertar também modelos de (re)conhecimento e identificação com seu público, ainda que essa relação entre telespectador e produto oferecido possa ser de identidade ou alteridade.

No período de 2009 a 2013, somando-se todas as pesquisas divulgadas nos Congressos INTERCOM, SBPJor e COMPÓS foram encontrados 363 artigos. Esse total de trabalhos legitima a alta produção científica em telejornalismo e o interesse que o objeto desperta entre os pesquisadores. A média de publicação de artigos sobre telejornalismo nestas entidades é de 73,2 por ano, ou seja, estatisticamente, mais de seis pesquisas foram produzidas por mês.

Alguns aspectos tangíveis resultantes da pesquisa foram a recorrência dos estudos sobre a linguagem dos telejornais e a utilização de metodologias como Análise de Conteúdo, a Análise de Discurso e o Estudo de Caso. Também é marcante a presença do telejornal *Jornal Nacional* como objeto de pesquisa mais estudado. Embora, os dados levantados sejam preliminares, é possível inferir que a pesquisa em telejornalismo encontra-se consolidada como prática e como produção.

Para entender a epistemologia do telejornalismo é necessário compreender a natureza do conhecimento social

da realidade que é apresentado pela tela da televisão, bem como os recursos e estratégias da rotina produtiva dos telejornais e a participação do público que legitima esse conhecimento produzido. O olhar dos pesquisadores registra os resultados destes percursos que se entrelaçam e criam novas possibilidades de interação a cada momento, num mesmo espaço de construção e de representação identitária.

Referências

ANAIS. XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 36, 2013, Manaus. Anais. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/busca.htm?query=telejornalismo> Acesso em 18 jul 2014.

ANAIS. XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 35, 2012, Fortaleza. Anais. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/busca.htm?query=telejornalismo> Acesso em 18 jul 2014.

ANAIS. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 34, 2011, Recife. Anais. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/busca.htm?query=telejornalismo> Acesso em 18 jul 2014.

ANAIS. XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 33,

2010, Caxias do Sul. Anais. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/busca.htm?query=telejornalismo > Acesso em 18 jul 2014.

ANAIS. XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 32, 2009, Curitiba. Anais. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/busca.htm?query=telejornalismo> Acesso em 18 jul 2014.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. Lisboa, Edições 70, 2002.

MEDITISCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf. Acesso em 20 jul 2014.

Capítulo 6

Publicidade e Propaganda: os rumos da pesquisa no país

Maria Lília Dias de Castro[1]
Maria Clotilde Perez[2]

1. Pós-doutorado em Comunicação (Televisão e publicidade) pela Universidade de Paris 3, Sorbonne Nouvelle (2006); Doutorado em Letras pela Universidade de São Paulo - USP (1990); Mestrado em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (1981); Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM; Coordenadora da Pesquisa *A utilização estratégica da função promocional na televisão comercial brasileira*; Coordenadora do grupo de pesquisa *Comunicação Televisual – COMTV*, dentro do Diretório dos Grupos de Pesquisa CNPq (versão 20/11/09), reconhecido pela UFSM; Coordenadora da DT Publicidade e Propaganda da Intercom nos biênios 2011/2012 e 2013/2014.

2. Pós-doutorado em Comunicación y Documentación (Publicidad) pela Universidad de Murcia, Espanha (2009); Livre-Docência em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo (2007); Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP (2001); Mestrado em Administração de Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP (1998); Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação

Observações preliminares

O mundo, hoje, caracterizado sobretudo pela aproximação de distâncias e pelo acesso rápido às informações, convive com uma publicidade que parece não ter fronteiras: ela invade as instâncias de comunicação (imprensa, rádio, televisão, telefone, internet), subvertendo as características e instâncias midiáticas tradicionais, e se confunde com o próprio fazer dessas mídias, transbordando-as; interpela qualquer tipo de público (independente de idade, sexo, faixa etária, classe social, etnia, escolaridade, profissão); contamina os fazeres da sociedade (artísticos, educacionais, culturais, políticos, econômicos, científicos, esportivos); além de utilizar diferentes e múltiplos recursos de expressão e manipulação.

Para essa presença permanente, transversal e irrestrita, concorrem fatores de diferentes ordens: *sociocultural*, porque a publicidade reflete os interesses e dialoga com os valores aceitos no meio social, preocupando-se em consolidar anseios comuns e em definir aquilo que a sociedade dela espera; *econômica*, porque funciona como a voz que estimula a oferta, a venda e o lucro, concorrendo

---

da USP. Professora da PUC/SP; Líder do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação Cultura e Consumo – certificado pelo CNPq e pela USP; Vice-presidente da ABP2 – Associação Brasileira dos Pesquisadores em Publicidade; Vice-coordenadora da DT Publicidade e Propaganda da Intercom nos biênios 2011/2012 e 2013/2014. Editora da revista Signos do Consumo.

para o êxito das empresas e das marcas que precisam sobrepor-se à concorrência; *mercadológica*, porque aquece segmentos, consolida posições e assume função decisiva no mercado, estimulando os processos de troca e uso, fortalecendo o consumo; *semiótica*, porque explora a linguagem e as expressões sensoriais nas suas distintas formas de manifestação, com vistas ao reforço das potencialidades de sentido; *tecnológica*, porque se apropria dos avanços tecnológicos para se tornar mais contundente, recorrendo a dispositivos diferenciados, com a finalidade de surpreender e/ou atingir um número cada vez maior de público, sempre em busca de relevância nos diferentes cotidianos.

Essa confluência de domínios confere à publicidade uma constituição plural, uma complexa abrangência de dispositivos e uma amplitude de sentidos, levando em conta os vínculos que estabelece com as circunstâncias socioeconômicas e culturais e com o entorno interacional para produzir sentido relevante. A essa já complexidade fundante, adicionam-se as movimentações mais recentes do empoderamento dos indivíduos, deslocando o que antes se restringia ao consumo (esfera clássica da recepção) para a produção: são os consumidores autores prontos para performar (PEREZ, 2009). O protagonismo permanente e a atuação performática na cenografia do consumo são marcas do consumidor contemporâneo: são semblantes plásticos que objetivam a criação de novas personagens também transitórias e volúveis, para si e principalmente para os outros, o que fica evidente nas redes sociais digitais; são personagens que

revelam um ator versátil, que se amolda com facilidade, sempre pronto e aberto ao câmbio e à inconstância; são personagens que abrigam em seu interior infinitas imagens sociais, passageiras, efêmeras, como fragmentos que não tardam em se dissolver e reconstruir.

A partir dessa perspectiva plural, o objetivo da DT Publicidade e Propaganda, na Intercom, tem sido aquele de acolher essa diversidade, agora também ao lado da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade – ABP2 (fundada em 2010), e de reforçar esses espaços de discussão privilegiada entre pesquisadores de indiscutível relevância no país, tanto pela sua produção científica, quanto pela importância na formação de novos pesquisadores na área, desde iniciação científica até pós-doutorados e estágios sênior. Hoje já se pode dizer que, no universo da academia, existe um número significativo de pesquisas em publicidade e propaganda, desenvolvidas de forma consistente, as quais garantem seriedade, evolução e prestígio à área.

Neste texto, optou-se pelo exame de alguns desses direcionamentos, em uma perspectiva crítica, que possibilite a discussão sobre a pertinência dessas propostas e a base teórica em que se assentam, a fim de possibilitar uma espécie de mapeamento da pesquisa em publicidade no país. Até porque as informações quantitativas, que relacionam temas mais estudados, palavras-chave predominantes, número de trabalhos apresentados por regiões e estados, titulação e regularidade dos pesquisadores envolvidos, universidades comprometidas, entre outras, foram, de maneira cuidadosa e perti-

nente, classificadas pelos pesquisadores Zozzoli, para o período 2001-2010 (ZOZZOLI, 2010) e Covaleski, para o período 2004-2013 (COVALESKI, 2014), além dos estudos sobre a DT, feitos por Clemente, referentes aos anos de 2013 e 2014.

Relativamente aos conteúdos privilegiados para esta reflexão, foram destacados os seguintes vieses temáticos: **(1)** investigação voltada para as linguagens, e suas formas de manifestação, pontuando a reflexão no eixo de sua produção expressiva/discursiva; **(2)** investigação voltada à relação entre a publicidade e sua marca, envolvendo configuração de imagem e reforço de identidade; **(3)** pesquisas no nível das relações que se podem estabelecer entre publicidade e consumo, adotando uma perspectiva de ordem mais social e ritualística; **(4)** pesquisa voltada às modificações que estão sendo propostas no âmbito do ensino e dos processos de aprendizagem; **(5)** pesquisa direcionada à relação da publicidade com as novas tecnologias; **(6)** proposição, entre os encaminhamentos apresentados, de um fenômeno marcante na grade de produção televisual: a função promocional.

Esses temas de estudo, com suas interfaces, têm polarizado os investigadores da área, pois trazem à discussão referenciais teórico-metodológicos de diferentes ordens, que rediscutem a pesquisa acadêmica, possibilitando uma reflexão convergente e madura entre os limites da academia e o alcance das ações publicitárias no mercado.

1. Publicidade e implicações discursivas

No nível discursivo, a publicidade constitui não apenas um fenômeno de linguagem concreto e vivo, como também um evento de interação com a sociedade como um todo e de expressão da identidade de cada um. A interação leva em conta a situação concreta do ato comunicativo, a relação do homem com a sociedade e, ainda, as relações lógicas e concreto-semânticas existentes no discurso. Sendo assim, o discurso é visto como objeto histórico e social que, através da linguagem, assinala a atividade transformadora e o trabalho simbólico exercido pelo homem. Discurso é simultaneamente interação e modo de produção social, pois é por ele que se define a relação entre o homem e a realidade natural e social.

Examinando mais pontualmente o discurso publicitário, pode-se caracterizá-lo pela relação assimétrica, desencadeada a partir dos interesses de um anunciante e dirigida a um público vasto e, muitas vezes, heterogêneo e desconhecido. Com isso, a publicidade pretende agir sobre a atitude e o comportamento das pessoas, incitando-as a querer certos bens e serviços ou a aderir a determinados valores e ideias. Então, mais do que vender, ela trabalha no movimento de manipular, de despertar no outro o desejo pela compra, ou aquilo que Luhmann chama de "dotar de gosto alguém que não o tem" (LUHMANN, 2005, p.69).

Por isso, a grande questão da publicidade é não só o *que* dizer, mas *como* dizê-lo, de modo que a mensagem se torne suficientemente importante a ponto de o

consumidor prestar atenção ao que está sendo mostrado, entender a mensagem e a ela reagir. A busca desse *como* dizer supõe a manipulação ativa dos signos, a linguagem posta em ação e a consequente definição e adequação de estratégias a serem empregadas. Isso corresponde à ação direta da publicidade sobre os destinatários para levá-los ao consumo, até porque, como se sabe, a sociedade passa a excluir os que não consomem.

Daí resulta, sobretudo nos últimos tempos, a peculiaridade tensional entre *objetividade* e *subjetividade*. Da natural objetividade, relativamente ao conhecimento e à informação acerca dos produtos, a publicidade passou a explorar sensações e sentimentos, a buscar efeitos, a valorizar dados subjetivos e, com isso, tem mostrado que o imperativo é menos a excelência dos produtos e mais a ressonância estética, existencial e identitária. O resultado é uma "comunicação menos rígida para eliminar a solenidade e o peso dos discursos, para promover a ordem frívola dos signos" (LIPOVETSKY, 1989, p.190). Ainda Lipovetsky, em parceria com Serroy, em obra mais recente, afirma que estilo, beleza, mobilização de gostos e sensibilidades são imperativos estratégicos das marcas e reitera que, "no capitalismo de hyperconsumo, o modo de produção é estético" (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p.326). Nesse movimento marcadamente estético, a publicidade se situa no limite entre a esfera do conhecimento, no âmbito da dimensão racional, e a instância do desejo, de caráter emocional psicológico.

Isso mostra o caráter ambivalente do discurso publicitário: de um lado, declara abertamente sua intenção;

de outro esconde os meios que utiliza. É um constante ocultar-desvelar que se desenrola transversalmente no cotidiano das interações sociais, integrando-se cada vez com maior naturalidade. Recorre, sobretudo, a recursos subjetivos muito complexos que calam fundo e que, na maioria das vezes, funcionam de modo a impedir que as pessoas usem o senso crítico, o que, em determinadas circunstâncias, as impediria de aderir ao produto anunciado. Diz-se, aliás, que a publicidade age sobre o indivíduo na tentativa de afastar dele a possibilidade consciente para assim garantir a adesão ao que a ele é ofertado. No fundo o que a publicidade pretende é o movimento manipulatório para aplacar a tendência crítica da esfera cognitiva. Daí a constante busca de legitimidade moral no consumo que assola e tranquiliza os indivíduos.

Por isso também a ideia de que a publicidade promove o engano consciente: ela faz com que o sujeito passe a querer algo que ele não tinha querido. Nesse movimento ela se utiliza de recursos variados que vão da forma bela (Luhmann diz que a forma bela sobreinvade a informação) ao uso da linguagem paradoxal e até obscura, para forçar o sujeito a fixar a mensagem e, mais, levá-lo à ação.

Nessa direção, a publicidade se revela como uma operação de *deslocamento*, pois sua pretensão é levar o consumidor a não pensar. De forma rápida, ela busca romper com o conhecimento ponderado, racional e faz um convite ao encantamento, à dimensão emocional. Predominantemente explora a fantasia, o espetacular, a idealização, o universo do sonho e do inatingível. Para Lipovetsky, "a publicidade se dirige principalmen-

te ao olho, é promessa de beleza, sedução das aparências, ambiência idealizada antes de ser informação" (LIPOVETSKY, 1989, p.189).

Por fim, há que se destacar uma condição bastante peculiar, marcada por ações intrincadas e, em certo sentido, até paradoxais, na medida em que a publicidade tenta trazer o *novo sem abdicar do mesmo*. Se a criação nova é sua meta permanente, ela também precisa permanecer fiel à tradição de mercado. Daí, no dizer de Luhmann, a inserção da publicidade como uma forma de comunicação que procura "estabilizar a relação entre redundância e variedade na cultura cotidiana" (LUHMANN, 2005, p.74). A publicidade cria uma tensão constante entre aquilo que é inédito, diferente, novo, e aquilo que dela se espera, o procedimento previsível. Isso ocorre tanto na mediação do conhecimento, em que se confrontam dados novos com dados já sabidos, banais; como na mediação estrutural, relativamente ao jogo previsibilidade – imprevisibilidade na forma de trazer a informação. No caso de um mesmo produto a ser anunciado, a publicidade vai tentar descobrir uma nova angulação, um olhar oblíquo, uma nova maneira de criar ilusão, com vistas a levar o consumidor a encontrar, no mesmo produto ou marca, outra motivação. Esse jogo permanente entre o mesmo e o novo é talvez, em publicidade, uma das facetas mais instigantes. Pensando nas manifestações do novo na publicidade, é possível encontrar, inclusive, oximoros linguísticos, como na campanha de relançamento do "novo" fusca no Brasil, cujo slogan foi "O novo Fusca, ele voltou", o que possibilita perguntar: como o novo volta? Se voltou, é porque não é novo...

Com base nessas considerações, a publicidade abre-se como um caminho de investigação que explora sua matriz semiótica/semiodiscursiva, responsável pela produção, circulação e recepção dos sentidos, dentro de um momento histórico e social. Dessa forma, considerando a situação de uso e o trajeto nos circuitos de sentido, exploram-se as circunstâncias que cercam aquele ato comunicativo, a definição das lógicas que presidem sua produção, o delineamento das estratégias comunicativas e discursivas, as configurações discursivas pretendidas e as representações textuais que as manifestam.

Na Divisão Temática Publicidade e Propaganda da Intercom, o direcionamento investigativo voltado para a linguagem e o discurso tem-se mostrado fértil, com a convocação de diferentes teorias: desde aquelas inspiradas na semiótica europeia, com base em Greimas, Bakhtin, Floch, Fontanille, Jost, Landowski, entre outros; ou aquelas vinculadas à enunciação e ao discurso, Charaudeau, Maingueneau, Verón; passando pela teoria da hermenêutica de profundidade, de Thompson; e pela análise crítica do discurso, de Fairclough. Todas essas teorias, com seus eventuais desdobramentos, têm sido apropriadas e enriquecidas por pesquisadores nacionais, de diferentes universidades do país, consolidando direções bem definidas de discussão dentro do grupo, a saber: (1) reflexões epistemológicas em torno da publicidade; (2) linguagem publicitária e possibilidades interpretativas; (3) análise de campanhas: lógicas, estratégias e configurações; (4) interface publicidade e promocionalidade.

2. Publicidade e papel da marca

Parte importante das reflexões presentes na DT Publicidade e Propaganda, e que se configura como uma linha de investigação bastante rentável, é a relação entre publicidade e marca. São discussões tanto em nível conceitual, buscando dar conta da própria natureza evolutiva e semiótica da marca, com questões sobre sua expansão sígnica e simultaneamente sobre a redução do poder do gestor da marca; quanto sobre o crescimento das possibilidades de expressão marcária, no encontro com explorações sensoriais, facilitadas pelo desenvolvimento tecnológico e a digitalização "do mundo". As reflexões sobre a natureza semiótica da marca têm fundamento teórico na semiótica peirceana, a partir do conceito basilar de semiose ilimitada (PEIRCE, 1977), que encontrou terreno fértil para essa dinâmica no transbordamento da até então expressão visual da marca, para outros territórios, como o sonoro, o tátil, o gustativo, o olfativo e suas imbricações e sobreposições. Como referencial teórico privilegiado dessa semiótica, incluem-se desde os conceitos fundantes de Peirce (1977), passando por teóricos como Santaella, Noeth, Deely, Lencastre, Batey, e também a articulação com a semiótica de tradição francesa, com destaque para Floch, Landowski, Semprini, Volli, entre outros. Autores nacionais têm contribuído fortemente para a expansão das reflexões semióticas sobre o fenômeno da marca, destacando os trabalhos de Zozzoli, Bacha, Perez, Lencastre, Trindade, entre outros.

Outra vertente rentável nessa linha de investigação é a relação com os autores tradicionais da gestão de

marcas, com ênfase à teoria do *branding* e aos estudos de *brand equity*, tradicionais no *marketing*, tanto na perspectiva anglo-saxônica, para os quais se destacam David e Jeniffer Aaker, Kevin Keller, Holt e Mollerup, quanto na perspectiva europeia, com mais relevância para a articulação com Kapferer, Chernatony, Gobé, Chaves e Lindstrom, esse último com suas pesquisas sobre a sensorialidade das marcas.

Na perspectiva do entendimento da dimensão relacional da marca, destacam-se os estudos sobre tendências de consumo e marcas, os quais apresentam crescimento em volume nas últimas edições da DT PP. Abrigando não apenas a dimensão clássica da potencialidade da emissão, mas adentrando nas dinâmicas da recepção de marcas, os estudos de tendências têm mostrado ótima articulação com outras regionalidades científicas, com destaque para a antropologia e a psicanálise. Ainda nesse contexto relacional da marca, salientam-se as reflexões interdisciplinares acerca do entendimento da identidade e da imagem de marca. Esses conceitos, até há pouco tempo, eram circunscritos à gestão das marcas, e agora ganham novo relevo na articulação com as pesquisas de recepção.

Além das reflexões teóricas, abriga-se e estimula-se a produção de conhecimento por meio de trabalhos que analisam campanhas de produtos e marcas que fomentem a reflexão consequente sobre a publicidade e a relação entre marca x identidade, marca x cidadania e marca x valores sociais, sempre a partir do fundamento: comunicação, cultura e consumo.

Assim notam-se três caminhos vigorosos da produção de conhecimento da DT PP, na perspectiva dos estudos marcários, a saber: (1) estudos ônticos e ontológicos sobre marca; (2) estudo das mediações sígnicas marcárias, e (3) estudo das tendências socioculturais, mercadológicas e institucionais estimuladas pelas ocorrências marcárias.

3. Publicidade sob o viés do consumo

Outro viés bastante priorizado nas pesquisas em publicidade é a relação entre publicidade, mídia e consumo, o qual é entendido como o espaço fundamental para constituição de identidades, ou, em outras palavras, o conjunto de processos socioculturais em que as pessoas se apropriam de bens/produtos, envolvendo tanto as necessidades básicas – alimentação, habitação, vestimenta, locomoção e lazer – como aquelas consideradas complementares à vida do ser humano. Com essa compreensão, o consumo identifica-se como um processo extremamente complexo de comunicação, de recepção e de expressão de bens simbólicos, que se renova e expande de forma incessante.

Ora, como se sabe, o mundo hoje está estruturado sob uma totalidade em que as fronteiras sociais adquirem outra dinâmica: são mediadas pela aquisição de mercadorias e serviços, os quais passam por um constante processo de renovação e estimulam a ilusão da

completa trocabilidade de bens. Grande parte da produção de uma sociedade está voltada para o consumo, o que acarreta a invasão de signos e de imagens, com suas simulações, que são responsáveis por uma espécie de estetização da realidade, provocada, sobretudo, pelo apagamento da distinção entre imagem e realidade. A consequência natural é, assim, um verdadeiro imbricamento do econômico, do social e do cultural, em contínua interação, em permanente retroalimentação.

O mercado estimula o consumo que, por sua vez, reestimula o mercado, em verdadeiro círculo vicioso. Nesse sentido, os estudos de Garcia Canclini, na perspectiva da relação consumo e cidadania, são referências imprescindíveis, principalmente tendo em conta o contexto publicidade-consumo-cidadania na América Latina. Para o autor, é como se a cidadania fosse praticada no mercado, que se transforma em nova linguagem, em novo cenário onde as pessoas depositam seus sonhos (GARCIA CANCLINI, 1999, p.39). As pessoas sonham com as coisas do mercado, pois o "mercado unifica, seleciona e, além disso, produz a ilusão da diferença através dos sentidos extramercantis que abarcam os objetos adquiridos por meio do intercâmbio mercantil" (SARLO, 1997, p.26)

O indivíduo passa àquilo que Sarlo identifica como colecionador às avessas: "em vez de colecionar objetos, coleciona atos de aquisição às avessas", mas, paradoxalmente, assim que os produtos são adquiridos, eles perdem seu valor, "as mercadorias perdem sua alma" (SARLO, 1997, p. 27). Há, em síntese, uma profunda

transformação coletiva, um redesenho do sistema, uma nova forma de organização e de produção econômica, claramente imbricada com sociedade e com cultura. Configuram-se outras práticas e hábitos sociais e mentais, reembaralham-se valores e sentimentos.

Por isso, para Featherstone, a denominação mais acertada para esse momento é de uma "cultura" de consumo, marcada não apenas pela oferta excessiva de bens, mas também por fenômenos culturais capazes de redimensionar as "questões de desejo e prazer, as satisfações emocionais e estéticas derivadas das experiências de consumo" (FEATHERSTONE, 1995, p.32). Em perspectiva semelhante, Lipovetsky e Serroy dão à sociedade o título de "sociedade do hiperconsumo" e ainda afirmam:

> Nasce toda uma cultura hedonista e psicologizada que incita à satisfação imediata das necessidades, estimula a urgência dos prazeres, enaltece o florescimento pessoal, coloca no pedestal o paraíso do bem-estar, do conforto e do lazer. Consumir sem esperar, viajar; divertir-se; não renunciar a nada: as políticas do futuro radiante foram sucedidas pelo consumo como promessa de um futuro eufórico (LIPOVETSKY; SERROY, 2004, p. 61).

Essa priorização ao consumo gera uma aproximação de limites entre sociedade e cultura, possibilitando que a publicidade ganhe projeção, adquira espaço nos meios e seja reconhecida como uma construção que reflete e transforma o panorama social e configura esse valor cultural em seus produtos.

Nessa perspectiva, os direcionamentos investigativos têm sido encabeçados, no plano internacional, por pesquisadores como Martín-Barbero, Orozco, Garcia Canclini, Featherstone, Sarlo, Berger, McCracken e Luckmann, Silverstone, e, no plano nacional, por pesquisadores como Braga, Fausto Neto, Rocha, Trindade, Perez, Casaqui, entre outros.

Dentro desse quadro, os caminhos oferecidos aos pesquisadores no sentido de estreitamento das fronteiras entre publicidade, cultura e sociedade têm-se voltado a distintas direções, a saber: (1) reflexão de cunho epistemológico sobre âmbito, definição, lógicas e valor do consumo na sociedade contemporânea; (2) investigação acerca dos processos culturais, ou mediações, que fundam as relações de consumo; (3) investigação dos processos de interação referentes aos vínculos estabelecidos entre as marcas e os consumidores; (4) reflexão de conceitos como mediação e midiatização.

4. Publicidade no âmbito do ensino

Outro direcionamento importante dos estudos em publicidade é sua relação com a formação acadêmica, na medida em que, sistematicamente, são recorrentes temas como a formulação de bases curriculares adequadas e compatíveis ao curso de Publicidade e Propaganda; detalhamento das disciplinas da grade de ensino e até mesmo a discussão sobre a necessidade de ter uma "grade"; dis-

cussões em torno do papel da criação publicitária na formação do profissional; a introdução de tutorias e validação de atividades complementares e as questões e tensões da relação universidade e mercado, campo profissional e campo de pesquisa, além de tantas outras.

Nesse sentido, a DT tem abrigado pesquisas diversas e de todas as regiões e instituições do país, e todas elas com o objetivo claro de refletir sobre o lugar em que a área se encontra e de plantear caminhos possíveis no sentido do fortalecimento da formação em publicidade.

Como parte dessa linha reflexiva, a investigação sobre currículo mínimo em Comunicação Social tem especial importância na obra de José Marques de Melo (2006, 2003, 1991 e 1979) e também em Figueira Neto & Souza (2010); sobre as Diretrizes Curriculares em Comunicação Social e Publicidade e Propaganda, devem ser salientadas as reflexões de Moura (2002) e Pompeu (2013); sobre o estado da arte da formação superior no país, destacam-se as contribuições de Covaleski (2009) e Kunsch (2007). Em uma perspectiva inovadora sobre a formação em Publicidade, partindo também de uma fundamentação semiótica, destacam-se os textos de Pompeu (2012, 2013), em que o conceito de uma semiopublicidade estrutura toda a análise e a proposição formativa.

Nesse sentido, os caminhos investigativos propostos pelos pesquisadores têm firmado direções bem pontuais de discussão, a saber: (1) bases curriculares e formação em publicidade; (2) reflexões sobre as pedagogias de ensino da publicidade; (3) prática publicitária no contexto do ensino; (4) interface academia e mercado.

5. Publicidade e as novas tecnologias

As discussões sobre o transbordamento da publicidade para além dos "tradicionais" veículos/mídias são adensadas pelas pesquisas sobre o papel, características e rentabilidades da publicidade, no contexto das tecnologias digitais. Os estudos desenvolvidos nessa perspectiva têm revelado nitidamente certa evolução, que se iniciou pela simples transposição de anúncios impressos e audiovisuais para o ambiente digital, objeto de análises relevantes no sentido de adequação e adaptação (*banners*, *pop ups*, *sites*, *blogs* promocionais etc.), até a discussão muito mais estratégica e conceitual sobre a diversidade e a sobreposição de linguagens que o cenário das novas tecnologias abriga e suscita. Nessa direção, têm-se tornado recorrentes as investigações relacionadas ao randomismo, frequência, interatividade, níveis taxonômicos, efemeridade e permanência, imersão, 3D, entre outras, o que tem conferido importante desenvolvimento na área. Em relação à produção de conteúdo publicitário multiplataforma, com destaque para os aparelhos celulares e suportes como leitores portáteis Kindle, Ipad, MiniIpad etc., as pesquisas apresentados na DT materializam e exemplificam boa parte dessas proposições conceituais.

Em termos de abordagens teóricas, as contribuições oriundas da semiótica, da hermenêutica, da psicanálise, da antropologia têm sido as mais frequentes, o que indicia não apenas a perspectiva multi e interdisciplinar, como também a discussão a partir da concepção

de cultura da convergência de Jenkins (2009), sociedade em rede com Castells (2007) e, mais recentemente, *games* e *advergames*, além da relação do ambiente digital com o entretenimento e a experiência imersiva.

Mesmo assim, a relação entre a Publicidade e as chamadas novas tecnologias é um campo de estudo relativamente recente, embora venha crescendo ano após ano em termos de volume de submissões à DT, fato revelador da crescente e relevante discussão na área.

As novas tecnologias, na perspectiva da publicidade, têm apontado distintas direções investigativas, a saber: (1) avanços da publicidade com as novas tecnologias; (2) linguagem e diversidade no cenário das tecnologias digitais; (3) reflexões sobre o fazer publicitário em multiplataformas.

6. Publicidade e sua relação com a dimensão promocional

Outro direcionamento investigativo assumido pela pesquisa na área decorre de uma aproximação preliminar entre a publicidade e a mídia no país, em especial a televisão, a partir de sua natureza no mundo globalizado, ora apresentada como *veículo de comunicação*, ora reconhecida como *empresa privada*. Se, como veículo, ela se dispõe a cumprir as tradicionais funções – *informar*, *entreter*, *educar*; como empresa, ela passa a incorporar outra função, centrada, fundamentalmente, na disputa, com a concorrência, por índices de audiência e

posição no mercado. Isso porque, como instituição privada, ela necessita dar sustentabilidade ao seu negócio, garantindo o aumento da aceitabilidade e a obtenção de margens comerciais que possibilitem os investimentos para atualização tecnológica, pagamento de custos fixos e variáveis e obtenção de lucros.

Com esse entendimento, foi reconhecida uma quarta função, *a promocional*, ou *promocionalidade*, a qual, embora passe, por vezes, despercebida da maioria do público, constitui uma função principal, que permeia as demais, e que fica quase sempre sutilmente esquecida. Nessa medida, a promocionalidade é compreendida como uma noção fundante, inerente à televisão comercial brasileira, pelo fato de esta mídia estar tão voltada ao próprio fortalecimento no mercado. A função promocional constrói-se sob duas direções que se complementam: a *publicização* e a *projeção*: a primeira corresponde à atividade de divulgar, de propagar, de dar a conhecer, a um público determinado, aspectos positivos e/ou vantagens de qualquer produto, marca, valor, ideia ou serviço, através de recursos de ordens diferentes que possam estabelecer vínculo com esse público; a segunda diz respeito à atividade de lançar para frente, de tornar alguém ou algo conhecido e respeitado por suas atividades, de conferir respeito, credibilidade a produto, pessoa, marca, ideia, serviço.

Dessa forma, a televisão, ao valer-se desse poder de divulgação e de conferência de prestígio, não apenas comercializa espaços junto a anunciantes externos, como se apropria desses mesmos espaços para exibir o próprio

fazer e desenvolver ações de interesse social que atendam as necessidades da sociedade e auxiliem na fidelização do público telespectador.

Essa *ação promocional* assume tal envergadura que faz com que as emissoras, sempre atentas às transformações da realidade sociocultural e às exigências do mercado, mantenham investimentos pesados nas distintas possibilidades de promoção: desde a permanente meta de conquista de audiência para captar mais anunciantes para seus espaços; até a criação de maneiras alternativas de contar histórias, ou de apelo às novas tecnologias, para enriquecer a grade e atrair o público telespectador; passando pelo alargamento de inserção na comunidade em que atua.

A atualização dessa ação promocional, intimamente ligada à comunicação, à economia e ao consumo, decorre da definição de estratégias desenvolvidas pelas empresas, com vistas a garantir posição e influência no mercado; trazendo, como resultado, as distintas e variadas manifestações concretas que ultrapassam o âmbito da mera publicidade.

O entendimento de todo esse processo, do mais abstrato ao mais concreto, implica uma visão sistêmica, ou seja, uma reflexão abrangente sobre as lógicas de funcionamento dessa promocionalidade e de suas articulações mais profundas, até chegar à concretude de suas formas de manifestação. Por concretude, entendem-se as *construções discursivas, promocionais*, com que hoje a mídia televisual opera.

Para dar conta dessa pluralidade de manifestações, direcionou-se a reflexão para a noção de gênero, entendido

a partir de princípios que norteiam as construções discursivas e que permitem o contato com a variedade de possibilidades concretas oferecidas em televisão. Assim, o *gênero* constitui um domínio de conhecimento a partir do qual se atualizam diferentes *subgêneros*, que, por sua vez, se manifestam em *formatos* distintos e particularizantes. Dessa forma, do ponto de vista das relações entre o mundo e o discurso, o gênero constitui uma instância abrangente e abstrata, que se atualiza em categorias, determinando os diferentes subgêneros, para só então manifestar-se em formatos particulares. Esses formatos possuem características muito peculiares, seja pela variedade de conteúdo, compreendendo desde o produto de um anunciante externo, até os variados produtos da emissora; seja pelo espaço ocupado na grade (intervalo ou interior de programas); seja pela brevidade da duração; passando, ainda, por iniciativas da emissora, de efeito pedagógico ou de inserção social, junto à comunidade de atuação.

O fator desencadeador da produção promocional é, com maior intensidade, o convite ao consumo, o estímulo à troca, a oferta de produtos ou serviços que atraiam o consumidor e que possam satisfazer necessidades primárias ou secundárias. Vivendo em uma sociedade de consumo, a criação de condições favoráveis ao lucro torna-se prioritária para as empresas, por meio da oferta de mercadorias e de serviços que, supostamente, sejam adequados às exigências e às preferências dos consumidores. Nesse sentido, o fundamento do gênero promocional é também o caráter mercadológico, na medida em que produções dele resultantes respondem

aos interesses da televisão (e dos anunciantes externos), que está sempre em busca de bons resultados financeiros para continuar operando no mercado.

Convém ressaltar o caráter recorrente da promocionalidade dentro do discurso televisual: em verdadeiro efeito cascata, o anunciante externo busca a emissora que tem mais poder de penetração e que, portanto, atinge maior contingente de público; a emissora vê na valorização do espaço a posição de que necessita e o lucro que almeja. Nesse momento, muitas de suas ações têm as mesmas características das intervenções publicitárias, como a identificação da emissora e/ou de seus produtos: nível em que o objeto da produção televisual busca passar de nome comum a nome próprio, visibilizando-se como marca; a conferência de atributos: nível responsável pela explicitação dos traços distintivos, das peculiaridades de seus fazeres, da competência de sua ação; a celebração: nível responsável pela autoexaltação do nome e de seus atributos, buscando uma unanimidade de reconhecimento; e a apropriação da emissora e/ou de seus produtos por parte dos telespectadores: nível do consumo dos produtos televisuais.

A base teórica dessa linha investigativa parte de pesquisadores internacionais que propuseram e/ou reatualizaram teorias da linguagem, como a semiótica europeia e as teorias de discurso de linha francesa, como Greimas, Bakthin, Courtès, Fontanille, entre outros; pesquisadores voltados ao estudo da publicidade e da televisão, como Péninou, Floch, Jost; e investigadores nacionais que deram continuidade a esses fundamentos, como Fiorin, Duarte, Machado, Castro, Trindade, entre outros.

O estudo da promocionalidade, na mídia televisual, vem trazendo inúmeros resultados às produções discursivas nela veiculadas, a saber: (1) tentativa de formulação de uma gramática do meio, entendida como um conjunto de regras e regularidades que abriga todas essas produções promocionais; (2) investigação das estratégias utilizadas pelas emissoras de televisão para promover anunciantes e, sobretudo, para autopromover-se; (3) estudo das tendências de discurso promocional, quando apoiado fortemente nas novas tecnologias.

Considerações finais

Assim, na discussão sobre a pesquisa em Publicidade e Propaganda, buscou-se, preliminarmente, desenvolver um raciocínio crítico que pudesse trazer uma discussão de natureza mais qualitativa, realçando questões mais recorrentes dentro da DT, sobretudo depois da experiência de coordenação e vice-coordenação dos últimos quatro anos.

Nessa perspectiva, os vieses temáticos mais recorrentes sintetizam o mapa conceitual da área e inspiram os desenvolvimentos futuros da pesquisa: (1) publicidade, linguagem e discurso; (2) publicidade e relação com a marca; (3) publicidade e consumo; (4) publicidade, ensino e aprendizagem; (5) publicidade e ambiente digital (6) publicidade e dimensão promocional;

Todos esses direcionamentos foram discutidos ao lado das principais vertentes teóricas que lhes dão fundamento, além de algumas angulações temáticas que,

sistemática e recorrentemente, têm sido objeto de discussão entre os pesquisadores, nos eventos nacionais e internacionais da área, principalmente os encontros nacionais da DT PP da Intercom e os eventos internacionais da ABP2, desde sua fundação em 2010.

Há que ressaltar que tais direcionamentos também correspondem às linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação do país, visto que a grande maioria dos trabalhos submetidos à DT são oriundos de pesquisas desenvolvidas no interior desses programas.

Referências

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1981.

BARTHES, R. A mensagem publicitária. In: _____. **A aventura semiológica**. Lisboa: Edições 70, 1987.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BAUMAN, Z. **Ética pós-moderna.** São Paulo, Paulus, 1997.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria**.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGER, P. L e LUCKMANN, T. **The social construction of reality:** a treatesi in the sociology of knowledge. London, England: Peguin.1967.

BRAGA, J. L. Interação como contexto da comunicação. **Matrizes**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 6. n. 1 jul-dez.2012.

CANEVACCI, M. **Una stupita fatticitá.** Etinografia dei feticismi visuali. Roma: Costa & Nolan, 2007.

CASAQUI, V. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Recife, 2011

CASTRO, M.L.D. A fala autorreferencial na televisão brasileira: estratégias e formatos. **Revista Internacional de Comunicación Audiovisual Publicidad y Literatura**, Sevilha, v.1, n.10, 2012.

_____. Promocional: um processo convergente entre mundos, mídias e plataformas. In: DUARTE, E; CASTRO, M.L.D. **Convergências midiáticas**: produção ficcional – RBS TV. Porto Alegre: Sulina, 2010.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COVALESKI, R. Hibridismos comunicacionais: entretenimento, informação, consumo. In **3º. Encontro ESPM de Comunicação e Marketing**. São Paulo; ESPM, 2009.

_____. Mapeamento das pesquisas em Publicidade e Propaganda: DT-PP, 2004 a 2013. **Anais XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Intercom, Foz do Iguaçu, PR, 2014.

COURTÈS, J. **La sémiotique du langage**. Paris: Nathan, 2003.

DUARTE, E.B. **Televisão:** ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DUARTE, E. B.; CASTRO, M.L.D. In: BARICHELLO, E.M.R.; RUBLESCKI, A. (orgs). **Pesquisa em comunicação:** olhares e abordagens. Santa Maria: Facos- UFSM, 2014. p. 67-87.

FABBRI, P. **El giro semiótico**: las concepciones del signo a lo largo de su historia. Barcelona: Gedisa, 1999.

FAUSTO NETO, A. Nas bordas da circulação... **Revista Alceu**. Rio de Janeiro: PPGCOM/PUC-RJ, v. 10, n. 20, jan/jun. 2010.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FIGUEIRA NETO, A. & SOUZA, S. **A formação em propaganda**. In AQUINO, V. A USP e a invenção da Propaganda: 40 anos depois. São Paulo: Fundac, 2010.

FLOCH, J-M. **Semiótica, marketing y comunicación**. Barcelona: Paidós, 1993.

FONTANILLE, J. **Semiótica do discurso**. São Paulo: Contexto, 2007.

GARCIA CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos**; conflitos multiculturais da globalização. 4.ed. Rio de Janeiro: Ed UFRJ, 1999.

GREIMAS, A.J. Prefácio: as aquisições e os projetos. In: COURTÉS, J. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva.** Coimbra: Almedina, 1979.

_____. A propósito do jogo. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, 27 (12), 1998.

JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

KUNSCH, Margarida. **Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio**. In KUNSCH, Margarida (org.). Ensino de comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA USP/Intercom, 2007.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**; a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **A era do vazio.** São Paulo/Barueri: Manole, 2005.

_____ & SERROY. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo/Barueri: Manole, 2004.

_____. **L´esthétisation du monde.** Vivre à l´âge du capitalisme artiste. Paris: Gallimard, 2014.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MOURA, C. P. de. **O curso de Comunicação Social no Brasil:** do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002

PÉNINOU, G. **Intelligence de la publicité**: étude sémiotique. Paris: Robert Laffont. 1972.

PEREZ, C. **Signos da marca**. Expressividade e sensorialidade. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

_____; BARBOSA, I.S. (orgs.) **Hiperpublicidade 1**: fundamentos e interfaces. São Paulo: Tomson/Cengage, 2007.

_____. **Hiperpublicidade 2**: atividades e tendências. São Paulo: Thomson/Cengage, 2007.

POMPEU, B. Perfil do aprovado: do consumo vem uma proposta a favor da transdisciplinaridade. **Signos do Consumo**, v. 4, p. 1-15, 2012.

_____. **Talento, Significado e Sensibilidade:** epistemologia e currículo da semiopublicidade**.** Tese de Doutorado. ECA USP, 2013

_____. Visões contemporâneas sobre uma publicidade desafiadora, multiforme e nova. **XIII Congresso Internacional Ibercom**, 2013, Santiago de Compostela. Comunicación, Cultura e Esferas de Poder. Santiago de Compostela, 2013a.

QUESNEL, L. La publicité et sa « philosophie ». **Communications**: les mythes de la publicité. n.17, Paris: Seuil, 1971. p.56-66.

ROCHA, E. **Magia e capitalismo:** um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **Representações do consumo:** estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Mauad, 2006

ROCA, R.M. & CASAQUI, V. **Estéticas midiáticas e narrativa do consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012

SANTOS, G.; HOFF, T.M.C. **Poéticas da mídia. Midiatizações, discursividade, imagens.** Goiânia: UFG, 2012

SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna**; intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

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

TRINDADE, E. Mediações e midiatizações do consumo. **Anais XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Intercom, Foz do Iguaçu, PR, 2014.

_____. **Propaganda, identidade e discurso. Brasilidades midiáticas.** Porto Alegre: Sulina, 2012

TRINDADE, E.; PEREZ, C. Rituais de Consumo: dispositivos midiáticos de articulação de ínculos de sentidos entre marcas e consumidores. **Anais IX Seminário Internacional Imagens da Cultura.** São Paulo: ECA/USP. 2013.

VERÓN, E. **Semiosis social**. Barcelona: Gedisa, 1996.

_____. Esquema par el análisis de la mediatización. **Diálogos de la comunicación.** Lima: FELACS. n° 48, 1997.

VESTERGAARD, T. e SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.

ZOZZOLI, J.C. A mediação marcária contemporânea: importância do emocional na política marcária. **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**, Caxias do Sul, 2010.

_____. A pesquisa no GP Publicidade e Propaganda da Intercom 2001-2010. In: TRINDADE, E.; PEREZ, C. **E-book do I Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda**. ECA, USP, dez 2010.

2ª Parte

Comunicação Audiovisual, Fotografia, Televisão e outras Mídias

Capítulo 7

Estudos de Cinema na Intercom: Inovações, tradições e questões contemporâneas

Gustavo Souza[1], Laura Loguercio Cánepa[2] e Samuel Paiva[3]

1. Gustavo Souza é Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP (2011), mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ (2006) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela UFPE (2003). Coorganizador dos Estudos de Cinema Socine das edições de 2008 a 2012. Membro do Conselho Deliberativo da Socine (biênios 2008-2009 e 2014-2015). Vice-coordenador do GP de Cinema da Intercom. Pesquisa o documentário brasileiro desde a graduação, dedicando-se, atualmente, a um projeto de pós-doutorado (UFSCar/Fapesp) sobre personagens em deslocamento no documentário brasileiro contemporâneo. Tem experiência nas áreas de teoria e história do cinema, documentário, teorias e métodos de pesquisa em comunicação.

2. Laura Loguercio Cánepa é jornalista e pesquisadora de cinema. Doutora em Multimeios pelo IAR-Unicamp (2008), mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (2002) e graduada em Jornalismo pela FABICO-URFGS (1996), é, atualmente, docente e Coordenadora do Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi e Pós-Doutoranda no Departamento de Cinema, Televisão e Rádio da ECA-USP. É membro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE) e Coordenadora do GP de Cinema da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). É coeditora da Rebeca - Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual.

3. Samuel Paiva é professor Adjunto da área de Teoria e História do Audiovisual na Universidade Federal de São Carlos

Apresentação

A multiplicação, disseminação e convergência dos meios audiovisuais moldam, hoje, uma realidade que exige ampla reflexão por parte dos pesquisadores da Comunicação. Conforme observam pensadores contemporâneos tão diferentes quanto Henry Jenkins (2009), Jacques Ranciére (2011) e Stephen Shaviro (2003), entre muitos outros, vivemos hoje em um regime dominado por imagens técnicas produzidas em múltiplas plataformas e realizadas por inúmeros agentes, o que coloca novas questões teóricas para aqueles que buscam refletir sobre a comunicação em uma sociedade globalizada e tecnológica, mas ainda desigual e carente de novas soluções políticas, econômicas e culturais.

Diante desse panorama, a *Divisão Temática 4 – Comunicação Audiovisual*, da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) abre um amplo leque de discussões sobre o papel do audiovisual no ambiente midiático, em cinco Grupos de Pesquisa (*Cinema, Ficção seriada, Fotografia, Rádio & Mídia Sonora* e *Televisão & Vídeo*) que têm como eixo o estudo

---

(UFSCar), onde atua em projetos de ensino, pesquisa e extensão relacionados ao Curso de Imagem e Som e ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som. Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (1986), mestre (1999) e doutor (2005) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Desenvolve pesquisas sobre teoria e história dos gêneros audiovisuais.

dos processos da comunicação audiovisual em suas múltiplas dimensões e em diferentes veículos. Essa Divisão Temática se dedica à investigação de aspectos históricos, teóricos e metodológicos; de linguagem, técnicas, história; e também de questões éticas envolvendo os campos tradicionalmente identificados como audiovisuais.

Dentro dessa ampla Divisão Temática, encontra-se o Grupo de Pesquisa de Cinema (GP de Cinema), que se concentra nos estudos do cinema em seus desdobramentos, contemplando aspectos relacionados a produção, distribuição, exibição, tecnologias, interação com as demais mídias audiovisuais; história, preservação e memória, entre outros, procurando compreender seus efeitos socioculturais, políticos e econômicos.

O presente capítulo tem o objetivo de apresentar um panorama das origens e do desenvolvimento desse grupo de pesquisa, atentando para as principais questões discutidas pelos estudos de cinema no Brasil num período de expansão e sobreposição tanto dos meios audiovisuais quanto das teorias que por eles se interessam. Para isso, propomos uma breve análise do campo dos estudos de cinema na atualidade e um balanço da memória do GP, para verificar sua inserção e contribuição às pesquisas em Comunicação no país.

Histórico do GP de Cinema

O Grupo de Pesquisa em Cinema da Intercom nasceu em 2010, como desdobramento do Núcleo de Pesquisa

(NP) de *Comunicação Audiovisual*, que, nesse mesmo ano, também deu lugar à existência do GP de *Televisão e Vídeo*. Tratava-se, naquele momento, de ampliar espaços possíveis à inclusão de um número cada vez maior de autores, cujos trabalhos submetidos ao NP refletiam o crescimento do campo do cinema, da TV e do vídeo em todo o país, em razão do número cada vez mais crescente de programas de pós-graduação voltados à Comunicação, e das novas questões colocadas continuamente pelas mídias audiovisuais. Desse modo, a ampliação dos espaços da Intercom, revertidos de núcleos em grupos de pesquisa, foi consequência da própria demanda do campo.

Até então, o NP de Comunicação Audiovisual já atuava havia bastante tempo. Os Anais da Intercom têm o registro, por exemplo, do Congresso Nacional ocorrido em Manaus, em 2000, quando o coordenador do NP era o professor Heitor Capuzzo (UFMG). Depois, outros pesquisadores também atuaram como coordenadores do NP em questão: sucessivamente, os professores Arlindo Machado (PUCSP e ECA-USP), Alexandre Figueirôa (UCP-PE) e Samuel Paiva (UFSCar), por exemplo, os quais, compondo com outros integrantes envolvidos na divulgação das chamadas e seleção dos trabalhos, procuraram contemplar a diversidade emergente das pesquisas do campo audiovisual nas universidades brasileiras no início do século XXI.

Para se ter uma ideia do crescimento da área nesse intervalo de tempo, naquele encontro de 2000, em Manaus, foram apresentados oito trabalhos no NP em questão, praticamente todos provenientes do Sudeste.

Quase uma década depois, ou seja, em 2009, no Congresso Nacional da Intercom que ocorreu em Curitiba, o NP de Comunicação Audiovisual contou, nesse que foi o seu último encontro, com aproximadamente 57 trabalhos apresentados. Ou seja, houve um crescimento da ordem de mais de 600%, o que se refletiu também em termos qualitativos, como demonstraram os debates nas 19 mesas que ocorreram no NP, com a participação de mestrandos a doutores de instituições de ensino superior de várias regiões do país.

Tal aspecto contribuiu para que a Direção Científica da Intercom, então presidida pela professora Marialva Barbosa (UFF), aprovasse a reestruturação do NP, desdobrando-o, por um lado, no GP de *Cinema* e, por outro, no GP de *Televisão e Vídeo*, de modo que ambos pudessem ampliar o espaço da Divisão Temática IV, que em 2010 passava então a ser integrada por cinco GPs, pois, além dos dois referidos, também já havia: *Ficção Seriada*; *Rádio e Mídia Sonora*; *Fotografia*. A ideia, discutida nas reuniões de coordenadores de GPs, era de que estes pudessem se constituir como espaços de trabalho continuado, para além dos momentos de realização dos congressos nacionais ou regionais, procurando incrementar a realização de pesquisas cada vez mais perenes e institucionalizadas.

Mesmo com a divisão da Comunicação Audiovisual em cinco grupos diferentes, as possibilidades de pesquisa em cada um desses grupos são amplas. Por exemplo, a ementa do GP de Cinema abrange tópicos como: (1) a história do cinema no Brasil e no mundo, (2) teorias

do cinema, (3) processos de significação dos textos cinematográficos, (4) processos de inovação de linguagem, tendo em vista inclusive as transformações decorrentes da tecnologia digital, (5) convergência do cinema com outros meios audiovisuais, (6) modos de produção e interpretação da produção cinematográfica, considerando gêneros, classificações, fases de periodização e agentes respectivamente envolvidos, (7) modos da recepção cinematográfica, investigações sobre a espectatorialidade e aspectos antropológicos, econômicos, políticos e culturais da inserção social do cinema, (8) legislações, políticas (públicas e privadas) e investigações sobre o mercado de cinema, (9) formação escolar e profissionalização no campo cinematográfico, (10) a crítica de cinema e (11) a preservação de materiais cinematográficos.

Como resultado dessa ementa ampla e agregadora das mais variadas pesquisas, o GP de Cinema, em seus quatro primeiros anos de funcionamento (2010-2013), manteve forte característica de diversidade temática e institucional. Nesse período, foram apresentados 136 trabalhos, numa média de 34 por ano. Os autores são quase sempre reunidos em sessões que abrigam três trabalhos, possibilitando, assim, mais tempo de apresentação e interlocução durante os debates. Há, também, um esforço no sentido de colocar lado a lado, pesquisadores com diferentes níveis de formação, possibilitando a diversidade e o desenvolvimento de um processo que é também educativo, pois, de um lado, os novos pesquisadores são, desde o início, integrados totalmente às discussões já em curso no GP; de outro lado, aqueles com ampla experiência são

desafiados pelas novas discussões e temas trazidos pelos recém-chegados. Este formato vem sendo adotado desde o início da formação do grupo, cuja coordenação permaneceu sob a responsabilidade de Samuel Paiva (UFSCar) entre 2010 e 2012, sendo continuada pela professora Laura Loguercio Cánepa (Universidade Anhembi Morumbi), atual coordenadora.

Entre os temas recorrentes no GP de Cinema, destacam-se, ao longo de seus quatro primeiros anos de existência, a relação entre audiovisual e memória e questões específicas ao documentário. Esses dois tópicos perpassam todos os encontros do GP, sempre com pelo menos uma sessão a eles dedicada em todas as edições.

No âmbito mais geral, os documentários brasileiros contemporâneos têm sido objeto de estudo de dezenas de pesquisadores que se apresentaram no GP de Cinema. Há casos, como o do encontro de Caxias do Sul (2010), em que foi possível alinhar os trabalhos a um grau de especificidade maior. Neste ano, houve uma mesa dedicada exclusivamente ao trabalho do documentarista brasileiro Eduardo Coutinho, bem como outra sobre autoria nesta modalidade fílmica. Outras questões despertadas pelos documentários, como os filmes de busca, as representações sociais e certos formatos específicos (como o documentário musical) são também muito presentes.

Nesse sentido, é importante lembrar a ampla bibliografia sobre documentário que tem circulado no país desde o começo dos anos 2000, com o lançamento em português de obras fundamentais como as de Bill Nichols (2005) e Jean Louis Commolli (2008), e com

as edições de inúmeras revistas e dossiês, além de livros abrigando autores brasileiros como Sílvio Da-Rin (2004), Francisco Elinaldo Teixeira (2004), Fernão Pessoa Ramos (2008) Consuelo Lins e Cláudia Mesquita (2008), Cesar Migliorin (2010) entre muitos outros. Há também que destacar a criação, em 2006, da revista acadêmica *Doc On Line*, parceria entre a Universidade da Beira Interior (Portugal) e a Universidade Estadual de Campinas (Brasil), que concentrou uma discussão disseminada por inúmeros periódicos, congressos e trabalhos acadêmicos em língua portuguesa.

Toda essa movimentação em torno do documentário se refletiu no GP de Cinema da Intercom, mas outros temas correlatos também emergiram no grupo, em particular o que trata da *memória*. A discussão sobre o cinema como produtor e reprodutor das memórias individuais e coletivas tem sido recorrente entre os pesquisadores e pensadores do cinema no mundo todo, como se verifica pela influência de obras de Georges Didi-Huberman (2011) e de autores brasileiros como Henri Gervaiseau (2012), Heloisa Starling e Augusto Borges (2013), entre muitos outros. Esse tema, em decorrência de sua amplitude, tem abarcado desde a análise de filmes que verificam a presença ou a conservação da memória de um povo ou comunidade até trabalhos que extrapolam os artefatos fílmicos para centrar-se, por exemplo, no debate sobre exibição e distribuição de filmes em determinadas localidades e seus impactos na vida social.

A história do cinema brasileiro também tem rendido inúmeras discussões no GP. Tema tradicional nos estudos

de cinema no Brasil, com autores de obras amplas que são referências fundamentais na universidade e na cultura brasileiras – como Alex Viany, Paulo Emilio Salles Gomes, Jean-Claude Bernardet e Ismail Xavier –, o tema tem sido contemplado pelos mais diversos enfoques ao longo dos encontros do GP de Cinema: do Super 8 ao Cinema Novo e Cinema Marginal, da presença da música à pornochanchada, passando também pelas representações sociais. Este último tema também merece destaque, pois teve presença significativa especialmente nos encontros de Recife (2011), Fortaleza (2012), em que foram debatidas as representações do Nordeste, da juventude, da favela e do consumo.

No âmbito da produção audiovisual brasileira que circula fora do circuito oficial de exibição/distribuição, verifica-se o interesse por um tipo de cinema produzido de maneira independente e com poucos recursos econômicos, seja no caso do cinema amador ou do realizado por coletivos de realizadores de diversas regiões do país. Nesse sentido, pesquisadores brasileiros como Ivana Bentes (2011) e Gelson Santana (2013) têm contribuído para inspirar uma série crescente de trabalhos que buscam refletir sobre filmes documentais e de ficção realizados fora do circuito oficial, que possibilitam a discussão sobre o papel das novas tecnologias na democratização da produção cinematográfica, assim como na multiplicação de representações, identidades e demandas de diferentes públicos na cultura audiovisual.

Outro tema que vem crescendo de maneira consistente nos encontros do GP de Cinema é o das relações entre cinema e religião, sobretudo no que se refere às tradições

religiosas católica, espírita e afro-brasileira. Tal tema tem representantes nos estudos de cinema brasileiro, como Erick Felinto (2005 e 2008) e Luiz Antonio Vadico (2009).

As relações entre os filmes de ficção e as diferentes concepções mitológicas também são tratadas com frequência por participantes do GP de Cinema, com significativa influência dos trabalhos de Joseph Campbell (1990) e Christopher Vogler (2006).

Já a discussão em torno dos gêneros cinematográficos é outra recorrente. Presente em todas as edições do GP, no encontro de Recife foi possível compor uma mesa com um recorte mais definido que reunia trabalhos apenas sobre ficção científica. O mesmo fato se repetiu em Manaus (2013) com uma mesa sobre horror e melodrama, gêneros a respeito dos quais a discussão vem se adensando, dentro e fora do Brasil, nas últimas duas décadas, com textos de Noel Carroll (2000), Rick Altman (1999), Timothy Corrigan (1991), entre muitos outros.

O GP de Cinema vem absorvendo, igualmente, um número significativo de textos que buscam relacionar questões teóricas do cinema a aplicações práticas de realizadores/pesquisadores que buscam refletir sobre seu trabalho, tanto em sentido técnico quanto poético. Isso permite ao GP uma frutífera interlocução com produtores de cinema e vídeo que atuam tanto no mercado da comunicação quanto no das artes plásticas, que cada vez mais se servem do audiovisual como material de suas criações. Autores como Lúcia Santaella (2011) e Phillippe Dubois (2011) têm dado contribuições teóricas importantes ao embasamento de tais trabalhos.

A edição de 2013 se destacou também por ter em sua programação, pela primeira vez, uma sessão voltada unicamente para os estudos sobre o som no cinema, com a apresentação de cinco trabalhos que atestam a expansão desse tema no país, tanto em pesquisas adiantadas de docentes de programas de pós-graduação em Comunicação (da UFF e UFPE), quanto em trabalhos de mestrandos, que mostram fôlego e interesse crescente no assunto. Esse fenômeno responde a uma tendência internacional que tem chamado a atenção no Brasil em anos recentes, com o crescimento de grupos de pesquisa, publicações e criação de grupos de trabalho específicos em entidades como a Compós e a Socine, e também com o lançamento em língua portuguesa de obras fundamentais como as de Michel Chion (2011).

Embora esses temas assinalados representem uma espécie de núcleo temático, há outros que também estão presentes na história do GP: as questões de políticas de gênero; de hibridações do cinema com as artes plásticas; de problemas de estilística cinematográfica (encenação, montagem e fotografia); de estudos sobre distribuição e exibição de filmes; de relações do cinema com a política, a história e com as artes (teatro, arquitetura, literatura, dança etc.). Essa diversidade reflete o crescimento da pesquisa em cinema no país, embalada pelo surgimento de novos programas de pós-graduação voltados para essa área.

Com a pesquisa mais descentralizada, é também perceptível a diversidade institucional. O quadro a seguir explicita a participação no GP por região.

	Sul	Centro-Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte
2010	41,6%	-	50%	8,3%	-
2011	14,2%	9,5%	57,1%	21,4%	-
2012	13,5%	8,1%	54%	27%	-
2013	8,3%	16,6%	41,6%	22,2%	8,3%

De todas as regiões do país, o Norte tem demonstrado uma presença mais modesta ao longo desses quatro anos. Apenas no encontro de Manaus é que autores vinculados a instituições do Pará e do Amazonas apresentaram seus trabalhos. Este cenário, no entanto, deve se modificar nos próximos anos, tendo em vista que a Universidade Federal do Amazonas e a Universidade Federal do Pará agora contam programas de pós-graduação em Comunicação e, esta última, com uma graduação em cinema e audiovisual.[4] As demais regiões marcaram presença nas edições de 2011 e 2012 e, em 2010, além da região Norte, a Centro-Oeste também não compareceu.

Ainda que o enfoque dado até aqui se dê em função da região, é necessário esmiuçar a participação dos autores do ponto de vista institucional. Da região Sul, o

4. O Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade Federal do Amazonas iniciou suas atividades em 2008, e o Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade Federal do Pará, foi credenciado pela Capes em 2010.

Rio Grande do Sul tem apresentado o maior número de trabalhos, com destaque para a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e para Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) com oito e quatro trabalhos selecionados, respectivamente.

O Centro-Oeste tem como representante mais expressivo a Universidade Federal de Goiás (UFG), com seis trabalhos, seguidos pela Universidade de Brasília (UnB) e pela Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT), ambos com três.

A região Sudeste tem sido representada por, basicamente, instituições de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Dos representantes paulistas, a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) esteve presente com sete trabalhos e a Universidade Anhembi Morumbi (UAM) com cinco. Outras instituições como a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e Universidade Metodista de São Paulo também estiveram presentes. A partir da criação do PPG em Comunicação e Territorialidades na UFES, espera-se também a participação do Espírito Santo.

Entre os representantes da região Nordeste, o destaque vai para a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) com treze trabalhos aprovados, seguidos pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Universidade Federal da Bahia (UFBA), com cinco e quatro textos, respectivamente.

Ao todo, passaram pelo GP de Cinema, entre 2010 e 2014, 169 autores, cuja titulação também é diversificada.

Desse total, 34,9% são mestrandos, 8,8%, mestres, 19%, doutorandos e 34,3%, doutores. Num momento em que o peso da titulação de doutor é cada vez maior, o que dificulta, em muitos casos, o acesso de mestrandos à participação em congressos, o GP de Cinema da Intercom tem se constituído como um espaço para pesquisadores iniciantes apresentarem seus trabalhos, numa interlocução direta com pesquisadores mais experientes, uma vez que os números apontam uma diferença de apenas 0,6% na participação dos primeiros em relação aos segundos. Assim, com esse equilíbrio entre mestrandos e doutores o GP de Cinema cumpre de fato um significativo papel no estímulo à apresentação e ao debate de pesquisas em andamento ou concluídas em todos os níveis da pós-graduação.

Contribuições aos estudos de cinema no Brasil

Os Estudos de Cinema são um campo de pesquisa relativamente disperso no Brasil. Como destacam Bernadette Lyra (2002) e Fernão Ramos (2002), a área de conhecimento Cinema, para órgãos de fomento à pesquisa (como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq), situa-se no campo das Artes, embora historicamente o cinema tenha se vinculado muito mais, no Brasil, a departamentos e sociedades científicas da área de Comunicação, como a Intercom (que, como vimos, conta com grande quantidade

de trabalhos sobre cinema) e também a Socine (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual), que tem a maioria de seus pesquisadores ligados à Comunicação, além da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação), que sempre teve um Grupo de Trabalho dedicado aos estudos de cinema, além de ter o cinema com o objeto de inúmeros artigos em seus GTs.

De fato, a centralidade do cinema no sistema audiovisual das comunicações é um dado inescapável, sobretudo por essa ter sido a primeira mídia audiovisual a surgir entre os meios técnicos de comunicação, caracterizando a experiência moderna como poucas foram capazes de fazer. Como discutem Leo Charney e Vanessa Schwartz em *O Cinema e a Invenção da Vida Moderna* (2004), inspirados nos escritos de Walter Benjamin, George Simmel, Michel de Certeau e Siegfried Kracauer, a transformação da experiência subjetiva da modernidade e as transformações sociais, econômicas e culturais foram, em certo sentido, produtos de inovações técnicas, como o telégrafo, o telefone, a estrada de ferro, o automóvel a fotografia e o cinema, sendo este último "a expressão e a combinação mais completa dos atributos da modernidade" (2004, p.17).

Nesse sentido, os autores identificam seis elementos centrais para a relação da história cultural da modernidade com o cinema: (1) o surgimento de uma cultura urbana metropolitana que levou a novas formas de entretenimento e lazer; (2) a centralidade correspondente do corpo como o local da visão, atenção e estimulação; (3)

o reconhecimento de um público, multidão ou audiência de massa que subordinou a resposta individual à coletividade; (4) o impulso para definir, fixar e representar instantes isolados em face das distrações e sensações da modernidade, um anseio que perpassou o impressionismo e a fotografia e chegou até o cinema; (5) a indistinção cada vez maior da linha entre a realidade e suas representações; e (6) o salto havido na cultura comercial e nos desejos do consumidor que estimulou e produziu novas formas de diversão (CHARNEY, SCHWARTZ, 2004, p.19). Sob esse ponto de vista, parece inevitável que o cinema seja uma discussão central para o campo da Comunicação.

Mas, como mostra Lyra, em texto publicado no NP de Comunicação Audiovisual da Intercom em 2002, a identidade "dupla" do cinema – entendido tanto como objeto do campo da comunicação quanto das artes – está dada desde sua origem, e isso se reflete na forma como o cinema foi incorporado ao campo dos saberes, não apenas no Brasil. A autora observa que a natureza instável do meio e a multiplicidade de abordagens que ele exige dificultam a questão, pois, "se de um lado é impossível desligar o cinema de sua condição industrial, de outro, é preciso respeitar sua característica de exercitar uma arte na forma própria de pensar e modelar o tempo, o espaço e o movimento". Em decorrência disso, para ela, "as próprias teorias do cinema experimentam uma errância, da época do reinado dos grandes sistemas unificadores, aos fragmentos teóricos de agora" (LYRA, 2002). Então, ela pergunta: os estudos de cinema estariam no campo da arte ou da comunicação? E responde:

> Sabe-se que o cinema era considerado, em seu princípio, uma mera diversão de operários e uma fonte de renda para os produtores. Multidões extasiadas pagavam para ver a reprodução pura e simples dos movimentos de um bebê que almoçava ou um trem chegando a Ciotat. Creio que essa característica primeira, na qual estão envolvidas questões de investimento econômico, de produção técnica e de recepção em uma determinada época, poderia ter sido um ponto de partida aceitável para uma inserção do cinema, tempos depois, nos estudos que se desenvolveram em torno da ideia de comunicação social. Porém, desde o início, alguns apaixonados teóricos tentavam justificar um status artístico do cinema, salvando-o de uma possível desconsideração da intelectualidade. Já em 1913, Ricciotto Canudo, "escritor italiano de cultura francesa", fundava uma revista, *Montjoie* e, nela, se interrogava sobre a especificidade e a vocação do cinema, que ele foi o primeiro a chamar de "sétima arte". (LYRA, 2002)

Nesse sentido, ela destaca a censura de Walter Benjamin dirigida àqueles que tentavam conferir ao cinema uma "dignidade artística", como se a questão fosse apenas saber se os meios tecnológicos nascentes eram ou não uma arte, sem que se colocasse, ao menos, a questão prévia: saber se a invenção da fotografia e do cinema não havia alterado a própria natureza da arte. Assim, segundo ela, o cinema se viu condenado a errar por entre os campos dos saberes, e isso se reflete no ensino e nos estudos de cinema.

Como descreve Ramos (2010), o Cinema se coloca no Brasil de forma abrangente dentro de departamentos de comunicações, possuindo a particularidade da demanda de formação prática. O autor observa que os alunos que ingressam em cursos de graduação em Cinema têm, de maneira geral, o interesse de aprender a fazer cinema: utilizar a câmera, dirigir, produzir, fotografar, montar, sonorizar, fazer roteiros, etc. A maior parte dos cursos de graduação, no Brasil e no mundo, encontra-se voltada para esse público, sendo ministrada por professores com carreira profissional na produção cinematográfica. Nos currículos desses cursos, também estão presentes disciplinas envolvendo história do cinema, teoria e análise fílmica – eixos que organizam, de maneira geral, o campo acadêmico dos estudos de cinema (RAMOS, 2002). Mas, predominantemente, os cursos dedicados em específico a esses assuntos encontram-se voltados para a pós-graduação.

Os Estudos de Cinema na pós-graduação envolvem um conjunto de expressões que se intercambiam com produções televisivas, digitais, museológicas, artísticas etc, e, juntas, formam um campo de estudos em franca expansão no país, como se percebe na multiplicação de eventos e trabalhos científicos sobre o tema, além de uma grande quantidade de cursos de especialização e de pós-graduação que surgiram em anos recentes. Atualmente, por exemplo, temos, no Brasil, quatro programas de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação com áreas de concentração voltadas aos estudos do Audiovisual, sendo o Cinema assunto privilegiado nesses

programas (embora também haja estudos sobre Cinema desenvolvidos em departamentos de Artes, Letras, História, Educação, Ciências Sociais, Filosofia etc).

Os PPGs brasileiros de Comunicação com área de concentração relacionada diretamente ao audiovisual são o de Multimeios da Unicamp; o de Imagem e Som da UFSCar; o de Meios e Processos Audiovisuais da USP e o de Comunicação na Anhembi Morumbi, todos no Estado de São Paulo. Além deles, verifica-se um grande número de PPGs com linhas de pesquisa em audiovisual – como os da UFF, Unisinos, UNIP e UFPE –, além da criação de disciplinas e de atividades de pesquisa sobre o assunto em quase todos os PPGCOMs do país.

Sem dúvida, o crescimento do GP de Cinema da Intercom é um reflexo desse interesse crescente dos pesquisadores brasileiros de comunicação pelo assunto.

Essa ampliação também se verifica na grande quantidade de lançamentos editoriais sobre cinema por editoras brasileiras. Em boa parte desses lançamentos, percebe-se a preocupação em traduzir textos fundamentais de análise fílmica, teoria e história do cinema que ainda não estavam disponíveis em língua portuguesa, tais como os de Jacques Aumont (2004 e 2011), David Bordwell (2013, 2014), Antoine de Baecque (2010), Johnathan Crary (2012 e 2013), Jacques Ranciere (2011), Slavoj Zizek (2009), entre muitos outros, todos frequentes nas referências bibliográficas dos trabalhos apresentados no GP de Cinema e nos estudos de cinema em nível mundial. Da mesma forma, estudos que procuram observar o papel do cinema na nova configuração das

mídias audiovisuais no século XXI, quando se vê subjacente ao tecido audiovisual na televisão, nos games, na web etc, como os de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2009) também estão entre as publicações recentes de editoras brasileiras.

Juntamente com esse fenômeno que teve início na primeira década dos anos 2000, percebe-se a multiplicação de livros sobre história e teoria do cinema de autores brasileiros. A quantidade de dossiês sobre cinema em periódicos da área da Comunicação é também muito grande, e nesse sentido as discussões se ampliam a ponto de se tornarem inabarcáveis em um trabalho como o que aqui se apresenta.

Entre os trabalhos publicados por pesquisadores que já participaram do GP de Cinema (e também do NP de Comunicação Audiovisual), destacam-se a seguir alguns livros que se referem a diferentes frentes de pesquisa e discussão, buscando fazer um pequeno percurso sobre os temas e contribuições de pesquisadores do GP para a reflexão sobre o tema no Brasil. Tais reflexões dizem respeito a questões tradicionais dos estudos de cinema desde o início do século XX (história e historiografia do cinema; relações do cinema com as outras artes; problemas de autoria cinematográfica; poéticas do cinema; debates sobre exibição/distribuição em salas de cinema; estudos de recepção etc.) e também a temas candentes na contemporaneidade (convergência dos meios; onipresença das mídias audiovisuais; multiplicação das telas e de espaços de exibição; inserção do cinema no tecido da paisagem midiática contemporânea).

Entre trabalhos relevantes de história e historiografia do cinema brasileiro, tem-se, por exemplo, os de Alexandre Figuerôa *Cinema Novo: A onda do jovem cinema e sua recepção na França* (2011) e o livro organizado por Samuel Paiva e Sheila Shvarzman *Viagem ao Cinema Silencioso do Brasil* (2012), que contribuíram para a ampliação e compreensão de períodos importantes da cinematografia brasileira. Da mesma forma, Fernando Morais da Costa, em *O Som no cinema brasileiro* (2006), abriu frente de pesquisa inovadora em nosso país.

Outro campo de estudo tradicional é o de autoria cinematográfica, tema que tem se ampliado notavelmente no país pela multiplicação de mostras de grandes cineastas (como Alfred Hitchcock, Fritz Lang, Jean-Marie Straub, Jacques Rivette, Howard Hawks entre outros) em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Recife e Porto Alegre, em parte por iniciativa de instituições como o Centro Cultural Banco do Brasil, a Caixa Cultural, entre outras. Nessas mostras, têm sido produzidos catálogos que trazem traduções de textos clássicos e trabalhos inéditos de grande profundidade analítica, possibilitando um espaço de interação entre críticos e acadêmicos brasileiros e estrangeiros. Nesse ambiente, destaca-se o nome do participante do NP de Comunicação Audiovisual Tadeu Capistrano, que organizou e publicou mostras de David Cronenberg (2009) e Michael Haneke (2011), em ambos os casos tratando de cineastas que são também pensadores da imagem em tempos de convergência tecnológica e de onipresença das mídias eletrônicas.

A integração dos estudos de cinema a outros mais abrangentes da área do audiovisual e da comunicação também crescem enormemente no Brasil. Entre eles, observam-se contribuições de participantes do GP de Cinema como Carlos Gerbase (2012), *Papel e película queimam depressa: Como o cinema e o jornalismo impresso tentam escapar da fogueira midiática do novo século* (2012), e Arlindo Machado em obras como *O Sujeito na Tela. Modos de Enunciação no Cinema e no Ciberespaço* (2007) e *Arte e Mídia* (2007).

Evidentemente, haveria muito mais a citar, mas quer-se com essas menções, destacar a amplitude dos trabalhos de colaboradores do GP de Cinema da Intercom para as diversas frentes dos estudos de cinema e de comunicação no país.

Considerações finais

O GP de Cinema procura abranger o máximo possível de trabalhos em seus encontros anuais, observando a variedade de temas e abordagens, assim como os diferentes estágios das pesquisas, recebendo desde mestrandos até doutores, conforme preconiza a Intercom. Com isso, ano a ano, tem-se um panorama amplo dos estudos de cinema no Brasil, no âmbito da pós-graduação, com a discussão de temas que se ampliam e progridem de um encontro a outro, contribuindo para o intercâmbio e o avanço dos estudos de cinema no país. Além disso, a

presença de docentes e discentes de programas de Pós-Graduação em Comunicação contribui para a solidificação dos Estudos de Cinema na Área de Comunicação, ainda que em constante intercâmbio com áreas como História, Sociologia, Letras e Artes etc.

Os GPs da Intercom funcionam como espaços permanentes de indução, motivação e coordenação de atividades de pesquisa desenvolvidas pelos membros associados, de forma a divulgar trabalhos concluídos ou projetos iniciados com o apoio dos eventos anualmente promovidos pela Intercom, como congressos, simpósios, colóquios e seminários. O resultado desse trabalho permanente é divulgado sob a forma de livros e outros produtos de divulgação publicados pela Intercom. Dentre esses, uma fonte permanente disponibilizada na Internet são os anais digitais completos dos eventos anuais, nos quais é possível encontrar a totalidade dos trabalhos apresentados, que ganham grande visibilidade e, juntos, atestam a densidade e qualidade das pesquisas trazidas ao GP.

Observando-se o conjunto dos Anais dos últimos quatro anos, percebe-se que os textos do GP de Cinema, em primeiro lugar, foram frutos de trabalhos de conclusão (de cursos de especialização, mestrado, doutorado e estágios pós-doutorais), sendo que o espaço para o debate no GP certamente contribuiu para o seu amadurecimento e progresso. Além disso, percebe-se que os pesquisadores citam com frequência colegas do Grupo de Pesquisa, o que atesta o diálogo entre os trabalhos. A variedade temática também reflete a amplitude dos estudos de cinema, abarcando tanto questões atuais (como

a convergência dos meios e os novos regimes de imagem) quanto outras tradicionais da pesquisa em cinema (como estudos de autoria e análise fílmica, além de trabalhos sobre recepção, exibição e distribuição de filmes).

Sobretudo, deve-se destacar a importância das questões levantadas no GP de Cinema da Intercom, bem como a atualidade das discussões, a amplitude de referências bibliográficas e a qualidade dos textos, que procuram dar conta, no calor da hora, de um mundo em transformação que tem nas mídias audiovisuais um ponto de convergência, e no cinema, um ponto de origem. Abarcar tal variedade de questões suscitadas pelos estudos de cinema é o desafio que se coloca para o GP, que tem tentado dar visibilidade e espaço de debate às contribuições dos pesquisadores brasileiros.

Referências

Anais do XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 36, 2013, Manaus, AM.

Anais do XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 35, 2012, Fortaleza, CE.

Anais do XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 34, 2011, Recife, PE.

Anais do XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 33, 2010, Caxias do Sul, RS.

Anais do XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 32, 2009, Curitiba, PR.

Anais do XXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 23, 2000, Manaus, AM.

ALTMAN, Rick. **Film/Genre.** Londres: British Film Institute, 1999.

AUMONT, Jacques. **O olho interminável: Cinema e pintura.** São Paulo: Cosac Naify, 2004

_____. **Moderno?** Campinas: Papirus, 2011

BAECQUE, Antoine de. **Cinefilia.** São Paulo: Cosac &Naify, 2010

BENTES, **Ivana.** "Depois Rola o Mocotó Caos-construção: o imaginário da laje e as formas do sensível". In: CAETANO, Maria do Rosário. (Org.). **DOCTV: Operação de Rede**. São Paulo: Instituto Cinema em Transe, 2011.

BORDWELL, David. **Sobre a história do estilo cinematográfico.** Campinas: Unicamp, 2013

_____.; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema: Uma introdução.** Campinas/São Paulo: Unicamp/EDUSP, 2014

BRASIL, André; FALCI, Carlos; JESUS, Eduardo; ALZAMORA, Geane (Orgs.) . **Cultura em fluxo - Novas mediações em rede.** Belo Horizonte: PUC Minas, 2005.

CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. **O Poder do Mito.** São Paulo: Palas Athena,1990.

CAPISTRANO, Tadeu (Org.). **A imagem e o incômodo: o cinema de Michael Haneke.** Rio de Janeiro: WSET Multimídia & Editora, 2011.

CAPISTRANO, Tadeu (Org.). **O cinema em carne viva: David Cronenberg - corpo, imagem e tecnologia.** Rio de Janeiro: Wset Multimídia e Editora, 2009.

CARROLL, Noel. **A filosofia do horror ou os paradoxos do coração.** Campinas: Papirus, 2000.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna.** São Paulo: Cosac Naify, 2004

CHION, Michel. **Audiovisão - Som e imagem no cinema.** Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

COMMOLLI, Jean-Louis**. Ver e poder: A inocência perdida – Cinema, televisão, ficção, documentário.** Belo Horizonte: UFMG, 2008

CORRIGAN, Timothy. **Cinema without walls: Movies and culture after Vietnam.** Rutgers University Press, 1991.

COSTA, Fernando M. **O som no cinema brasileiro.** Rio de Janeiro: Sette Letras, 2008.

CRARY, Jonathan. **Suspensões da percepção: Atenção, espetáculo, cultura moderna.** São Paulo: Cosac Naify, 2013.

_____. **Técnicas do observador.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2012

DA-Rin, Silvio. **O espelho partido: Tradição e transformação do documentário.** Rio de Janeiro: Azougue, 2004

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard.** São Paulo: Cosac Naify, 2011

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Sobrevivência dos vaga-lumes. Belo Horizonte:** *Editora UFMG, 2011.*

FELINTO, Erick. **Silêncio de Deus, Silêncio dos Homens: Babel e a Sobrevivência do Sagrado na Literatura Moderna.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. **A Religião das Máquinas: Ensaios sobre o Imaginário da Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

FERREIRA, Jairo; PIMENTA, SIGNATES, Luiz; Francisco José Paoliello. (Orgs). **Estudos de comunicação: Transversalidades, epistemologias.** São Leopoldo: Unisinos, 2010

FIGUIEROA, Alexandre. **Cinema Novo: A onda do jovem cinema e sua recepção na França.** Campinas: Papirus, 2004.

FREIRE, Marcius. **Documentário: Ética, estética e formas de representação.** São Paulo: Annablume, 2011.

GERBASE, Carlos; DORNELLES, Beatriz. (Org.). **Papel e película queimam depressa: Como o cinema e o jornalismo impresso tentam escapar da fogueira midiática do novo século**. Porto Alegre: PUCRS, 2012.

GERVAISEAU, Henri. **O abrigo do tempo. Abordagens cinematográficas da passagem do tempo**. São Paulo: Alameda, 2012

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph. 2008

LINS, Consuelo e MESQUITA, Cláudia. **Filmar o real**: **Sobre o documentário brasileiro contemporâneo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Tela Global – Mídias, culturas e cinema na era hipermoderna.** Porto Alegre: Sulina, 2009

LYRA, Bernadette. **"O lugar do cinema".** In: Anais do CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 25, 2002, Salvador, BA.

MACHADO, Arlindo. O Sujeito na Tela. Modos de Enunciação no Cinema e no Ciberespaço. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2007

_____. Arte e Mídia. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007

MIGLIORIN, Cesar. **Ensaios no real: O documentário brasileiro hoje.** Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário.** Campinas: Papirus, 2005

Samuel Paiva (Org.); SCHVARZMANN, S. (Org.). Viagem ao Cinema Silencioso do Brasil. 01. ed. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2011.

RAMOS, Fernão. **Mas afinal, o que é mesmo documentário?** São Paulo: SENAC, 2008.

_____. "O lugar do Cinema". In: FABRIS, M. etalli. (Orgs.) **Estudos de Cinema Ano III - SOCINE.** Porto Alegre, Sulina, 2003, p. 35-49.

_____. "Estudos de cinema na universidade brasileira." In: **Cine Cachoeira – Revista de Cinema da UFRB,** Ano 1, N. 1, 2010

_____. Teoria contemporânea do cinema – Vol. 1 – Pós-estruturalismo e Filosofia analítica. São Paulo: Senac, 2005

_____. Teoria contemporânea do cinema – Vol. 2 – Documentário e Narratividade ficcional. São Paulo: Senac, 2005

RANCIERE, Jacques. **O destino das imagens.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2011

_____. A fábula cinematográfica. Campinas: Papirus, 2013.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.). **Documentário no Brasil**: **Tradição e transformação.** São Paulo: Summus, 2004.

Santaella, Lucia. **Arte aquém e além da arte.** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

_____ . **Percepção. Fenomenologia, ecologia, semiótica.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SANTANA, Gelson. **Cinema de Bordas 3.** São Paulo: A Lápis, 2013.

SHAVIRO, Steven. **Connected, or what it means to live in the network society.** University of Minnesota Press, 2003.

STARLING, Heloisa; BORGES, Augusto. (Orgs). **Imaginação da terra: Memória e utopia no cinema brasileiro.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

VADICO**,** Luiz Antonio. **Filmes de Cristo. Oito aproximações.** São Paulo: A Lápis, 2009.

VOGLER, Christophler. **A jornada do escritor.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

ZIZEK, Slavoj. **Lacrimae Rerum: Ensaios sobre o cinema moderno.** São Paulo: Boitempo, 2009.

Capítulo 8

GP Ficção Seriada: um relato sobre seus 21 anos, ou a maioridade de um objeto apaixonante

Maria Cristina Palma Mungioli[1]
Maria Isabel Orofino[2]
Silvia Góis Dantas[3]

1. Professora Doutora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde ministra aulas em cursos de graduação e pós-graduação (stricto sensu). É coordenadora do GP Ficção Seriada da Intercom e pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela da ECA-USP e do OBITEL - Observatório Ibero-Americano de Fficção Televisiva. É coordenadora do Grupo de Interesse Ficção Televisiva e Narrativa Transmídia da ALAIC (Associação Latino-Americana de Investigadores de Comunicação). Email: crismungioli@usp.br

2. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM/SP. Tem pós-doutorado em infâncias e juventudes pela Rede Clacso de Posgrados. É doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Participa da Rede Obitel Brasil pelo grupo ESPM SP. É vice-coordenadora do GP Ficção Seriada da Intercom desde 2010. Email: iorofino@espm.br

3. Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo (USP), bolsista CAPES, pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela da Escola de Comunicações e Artes

1. INTRODUÇÃO

O espaço que se abre com esta publicação é bastante oportuno para que sejam recuperados alguns fios que tecem a memória do GP Ficção Televisiva Seriada, criado em 1993. O que vamos apresentar aqui são ainda e apenas alguns destes fios porque a memória do GP ainda requer um mapeamento maior do que foi possível realizar até aqui. Mas temos a certeza de que o que localizamos já é sim uma contribuição para que sejam registrados e preservados (na medida do possível) os caminhos que foram trilhados para que o GP tivesse sua expressiva trajetória ao longos de seus 21 anos de existência junto àquela que é a mais antiga sociedade científica para os estudos de comunicação no Brasil, a Intercom.

A existência e o desenvolvimento deste GP estão diretamente conectados ao trabalho que se gestou no Núcleo de Pesquisa de Telenovela (NPTN) do Departamento de Comunicações e Artes da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo fundado em 1992. Um espaço que se mantém desde então na vanguarda dos estudos e pesquisas sobre teledramaturgia nacional e seus formatos industriais. O NPTN, atualmente denominado CETVN - Centro de Estudos de Telenovela -,

---

(CETVN-ECA-USP) e do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL). Publicitária, mestra em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM/SP, atuou por nove anos como redatora em agências de publicidade de Aracaju/SE. Email: silviagdantas@gmail.com

abrigou diversos projetos cujos resultados contribuíram de maneira decisiva para a legitimação dos estudos de teleficção no País, notadamente dos formatos de ficção seriada (telenovelas, minisséries, séries).

No entanto, o caminho trilhado para se chegar ao atual estágio de reconhecimento que os estudos de ficção televisiva adquiriram foi árduo e demandou esforços e certa dose de obstinação por parte de duas de suas referências mais marcantes o GP Ficção Seriada da Intercom e o CETVN. Ambos guardam em sua memória foi durante alguns episódios marcantes. Alvos de críticas por parte da comunidade científica devido a seu objeto de estudo: a televisão e as telenovelas (principalmente estas, mas a teleficção em geral) (LOPES, 2009).

Nesse cenário inóspito, teve em sua liderança um elenco de mulheres fortes, que guarda uma bela afinidade com as personagens femininas de Aguinaldo Silva, senhoras do destino, a saber: Anamaria Fadul, Maria Aparecida Baccega, Maria de Lourdes Motter e Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

O núcleo sofreu no ano de 2002 um golpe violento com um incêndio que consumiu em suas chamas todo o trabalho realizado desde ao sua criação no ano de 1992, mas não destruiu a obstinação das pesquisadoras acima mencionadas. Desde o incêndio já se vão 12 anos e os trabalhos no CETVN continuam produtivos, relevantes e expressivos. Ao longo dos últimos nove anos essa expressividade se consolidou com a experiência internacional de pesquisa em rede.

Desde 2005, CETVN sedia, sob coordenação de Maria Immacolata Vassallo de Lopes o Observatório Ibero-

-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL), que conta, em 2014, com a participação de 12 países ibero-americanos (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos (comunidade hispânica), México, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela). O OBITEL realiza o monitoramente e análise da ficção televisiva exibida em televisão aberta ao longo do ano, além de investigar temas emergentes da ficção televisiva. Além disso, o CETVN coordena o OBITEL BRASIL que conta atualmente nove grupos de pesquisa sediados em diversas universidades brasileiras liderados por pesquisadores sêniores Em 2014, a rede OBITEL BRASIL é composta por grupos localizados na Universidade de São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Universidade Anhembi Morumbi, Universidade Federal de São Carlos, Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal de Juiz de Fora, Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade Federal de Santa Maria. A capilaridade do OBITEL nos cenários internacional e nacional evidenciam a centralidade que, na atualidade, os estudos de ficção televisa ocupam no campo da Comunicação. Centralidade para a qual tanto contribuíram o CETVN e o GP Ficção Seriada da Intercom.

Para a realização deste artigo usamos uma metodologia de trabalho que em primeira instância busca realizar um breve histórico desde a criação do GP e em segunda, levantar e sistematizar alguns dados quantitativos sobre o perfil dos participantes e das temáticas recorrentes ao longo apenas dos cinco últimos anos, oferecendo um panorama acerca dos trabalhos apresentados de 2009 a 2013.

Antecedentes

O Grupo de Pesquisa atualmente denominado Ficção Seriada surgiu em 1993 sob a denominação de GT de Telenovela, a partir da iniciativa de. Margarida Kunsch, então presidente da Intercom, que convidou Anamaria Fadul, responsável pela implantação do Núcleo de Pesquisa de Telenovela (NPTN) na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), este último criado em 1992 durante a gestão de Marques de Melo como diretor da ECA.

A criação do NPTN representou um grande passo não apenas para o fortalecimento das pesquisas sobre telenovela e ficção seriada, mas para sua legitimação como objeto de pesquisa acadêmica. Até então os estudos de telenovela empreendidos por pesquisadores brasileiros mostravam-se de maneira esparsa pois o tema, então emergente, era pouco valorizado pela academia. Porém, não ignorado por pesquisadores estrangeiros que encontravam no estudo da telenovela possibilidades de entender não apenas a economia da televisão no Brasil, mas também a cultura brasileira.

Um impulso fundamental para a superação desse descompasso será dado pela realização do projeto de pesquisa intitulado *Ficção e realidade: a telenovela no Brasil, o Brasil na telenovela* a partir do NPTN. Este projeto coordenado Maria Aparecida Baccega e estava composto por nove outros sub-projetos. A iniciativa permitiu que se consolidasse ali um trabalho de equipe que contou com a participação importantes pesquisado-

ras como: Alice Vieira, Anamaria Fadul, Maria Cristina Castilho Costa, Maria de Lourdes Motter, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Mary Eunice R. Mendonça, Renata Pallotinni, Solange Couceiro de Lima.

O NPTN conquistou em 1999 o Prêmio Luiz Beltrão de Ciência da Comunicação na Categoria Grupo Inovador. Conforme destaca Baccega:

> O Prêmio Grupo Inovador é destinado a núcleos de pesquisa que se destacam pela capacidade de inovar nos planos teóricos, metodológicos, tecnológicos ou pragmáticos, construindo idéias, gerando produtos ou modelos comunicacionais. O Prêmio foi entregue em cerimônia ocorrida em 06 de setembro na Academia Brasileira de Letras durante o XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação–INTERCOM/99, no Rio de Janeiro. (BACCEGA, 2000)

Dessa forma, a criação do Núcleo de Pesquisa NPTN, na Escola de Comunicações e Artes da USP, significou tanto a abertura de um espaço de pesquisa para os estudiosos da Comunicação que começavam a se dedicar com mais constância ao tema quanto o primeiro passo para a legitimação do objeto telenovela. Ele se consolidou como um centro de referência no Brasil reunindo pesquisadores nacionais e estrangeiros e obtendo apoio de agências e instituições de fomento, o que permitiu o desenvolvimento de projetos integrados importantes.

Os primórdios

Como dissemos, igualmente essencial para a legitimação do objeto telenovela brasileira e da ficção televisiva brasileira em geral –, no âmbito da produção científica, foi a criação do **GT de Telenovela** na Intercom, em 1993 no XVI Congresso da Intercom em Vitória (ES). Sob a coordenação de Anamarial Fadul a sua criação proporcionou a discussão e o debate em torno de questões ligadas à ficção televisa em termos nacionais e internacionais, surgindo como um espaço aglutinador e formador de pesquisadores.

No ano seguinte, o nome do Grupo foi alterado para **GT Ficção Audiovisual Seriada** na tentativa de ir além das pesquisas sobre telenovela, abrangendo, dessa forma, outros gêneros e formatos ficcionais exibidos pela televisão: minisséries, séries, seriados e unitários. No entanto, a amplitude da nomenclatura trouxe consigo o problema conceitual de abarcar outras produções audiovisuais, como as cinematográficas, cujas pesquisas eram objeto de outro GT. Para tentar circunscrever o âmbito e os formatos de ficção, a partir de 1995 o grupo passa a chamar-se **GT Ficção Televisiva Seriada**. Uma nova alteração na sua nomenclatura com a nova estruturação das áreas e divisões temáticas na Intercom. Passa então a se chamar GP – Grupo de Pesquisa e fica alocado na Divisão Temática 4 – Comunicação Audiovisual e recebe o nome de **GP Ficção Seriada**.

Para que esta trajetória se consolidasse, o GP Ficção Seriada teve sob a coordenação de um grupo experiente

de pesquisadoras renomadas. Segundo um relato realizado por Baccega (1997) os primeiros anos exigiram a mobilização ampla da comunidade científica, trabalho que foi realizado por **Anamaria Fadul** a qual coordenou o GP de **1992 a 1996**. Não se tratava de algo espontâneo, era preciso localizar os pesquisadores e enviar-lhes convites para participação. Nestes primeiros anos foram também realizados Colóquios nos Congressos Nacionais da Intercom para provocar a divulgação e amplificação do espaço recém-criado. Nesse retrospecto, Baccega (1997), destaca um dado muito interessante: segundo a autora havia uma predominância de trabalhos estrangeiros, situação que começa a se alterar a partir de 1994, quando os trabalhos sobre ficção brasileira passam a ser maioria.

Ainda segundo o relato de Baccega (1997) já em sua primeira década de existência o GP conta com a participação de importantes pesquisadores como: Aloísio Ramos Trinta (RJ), Letícia Pereira Silva (SP), Maria Cristina Brandão (MG), Regina Coeli da Silveira Silva (RJ), Lícia Soares de Souza (BA), João Luis Van Tilbug (RJ), Antonio C La Pastina e Emile McAnany (EUA), Nora Maziotti (Argentina), Thomas Tufte (Dinamarca), Fidelina Gonzalez (Cuba), Michelle Matellart (França), entre outros.

Ao longo de **1997 até 2002** o GP foi coordenado por **Maria Aparecida Baccega**. E os registros mostram que desde a sua criação houve grande interesse por parte da comunidade acadêmica. Em seu relato sobre os primeiros anos de existência do GP Baccega destaca:

> No ano de 1998 reforçamos uma constatação já percebida nos anos anteriores: o Grupo legitimou-se, tornando-se um fórum de debate e de intercâmbio com demanda superior ao espaço destinado a sua apresentação. Nesse ano o registro total de participantes foi de 150 pessoas com exposição de 11 trabalhos ao longo de dois dias. (BACCEGA, 1997:3).

E não há como apagar da memória a bela imagem naquela tarde de 4 de setembro de 1998 quando estudantes de todos os níveis disputaram um espaço para poder assistir à Michelle Matellart apresentando o seu trabalho na pequena sala do GP apenas para os felizes de direito, ou porque estavam apresentando seus *papers* ou porque chegaram cedo e guardaram o seu lugar.

De **2003 a 2006** a coordenação fica sob os cuidados de **Maria de Lourdes Motter**. E no período de **2007 a 2010** a tarefa é assumida por **Maria Immacolata Vassallo de Lopes**. Ao longo deste período o GP continuou a oferecer o espaço para uma nova crítica cultural que, questionando as teorizações mais ortodoxas e a desqualificação do objeto televisão teleficção e telenovela, abre o debate sobre o lugar que a TV ocupa no cotidiano de todos os cidadãos, independente de classe, gênero, etnia, geração, orientação sexual ou religião. Neste contexto, era preciso coragem para se assumir pesquisadora de televisão e de telenovela. E aqui mais uma vez reiteramos a importância desta tentativa de reconstrução da memória deste GP. Imagine o que significa, no ano de 1993 se assumir como pesquisador de telenovela?

O GP ajudou sim a romper uma barreira existente no campo da Comunicação, aquela que confinava a TV aos porões escuros da chamada "baixa cultura". Desde a crítica ao imperialismo cultural, a alienação, a banalização, a naturalização, a fragmentação, a TV era até então alvo de toda e possível crítica endereçada ao capitalismo monopolista e suas ideologias. A telenovela em particular e a teleficção em geral foram, durante muitos anos, desqualificadas como um objeto menor por serem elas vetores fundamentais para a difusão massiva de tais ideologias. Era preciso romper o cerceamento e não se intimidar em levar a frente uma concepção renovada sobre a complexidade da trama que envolve todas as dimensões dos processos culturais articulados pela TV, desde a produção, veiculação e audiência. Sobre esta questão Baccega alerta:

> No caso da ficção televisiva registra-se uma defasagem de várias décadas entre a sua consolidação e as pesquisas acadêmicas. O rótulo de entretenimento alienante encobre uma realidade que se quer ignorar embora de forma direta e indireta envolva a sociedade como um todo. Focalizando-a em suas tramas, propondo uma visão de mundo que entra em interação com a visão do telespectador, confirmando, negando ou instaurando o conflito entre essas visões, toda uma rede de temas e significados se articula, operando a superação da dicotomia emissão/recepção e indo inserir-se no cotidiano social de todo cidadão, independentemente de sua vontade. (BACCEGA, 1997:4)

Assim, com a consolidação do GP Ficção Seriada, o debate acadêmico em torno das tramas teóricas e conceituais sobre a teleficção ganha endereço próprio o que permitiu reunir um amplo número de pesquisadores nacionais e internacionais e suas produções devidamente registradas nos anais dos eventos.

Desde **2011** a coordenação está sob o comando de **Maria Cristina Palma Mungioli**.

A qualidade dos trabalhos aliada à existência de um núcleo de pesquisadores caracterizado pela excelência acadêmica e que se mantém ao longo dos anos tornou-se marca definidora do GP ao longo de seus mais de 21 anos de existência. Articulando-se como um espaço privilegiado para ampliação dos limites e quebra das barreiras que por muitos anos relegaram seu objeto, a ficção seriada televisiva, a um papel menor no cenário da Comunicação.

2. O legado para o conhecimento da cultura brasileira

Ao longo de seus vinte e um anos de existência, o Grupo de Pesquisa Ficção Seriada vem contribuindo para ampliar e consolidar a pesquisa de ficção televisiva, constituindo-se como um espaço que, além de promover o intercâmbio de ideias em torno de questões teórico-metodológicas afeitas ao objeto de pesquisa, contribui de maneira inequívoca para a formação de pesquisadores no campo da Comunicação e mais, especificamente, no âmbito da pesquisa de ficção televisiva.

Afinal, a teleficção brasileira é reconhecida e admirada por um amplo público internacional e ela tem sido sem dúvidas um dos maiores catalisadores da atenção das audiências na história da cultura em nosso país, mobilizando a população em torno de narrativas em comum. Como explica Lopes:

> Falar hoje de cultura no Brasil é falar necessariamente da "telenovela brasileira". Quarenta e seis anos após a sua introdução, é possível afirmar que a telenovela conquistou reconhecimento público como produto estético e cultural, convertendo-se em figura central da cultura e da identidade do País. Ela também pode ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico e o moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-midiatização. Essa situação alcançada pela telenovela é responsável pelo caráter, senão único, pelo menos peculiar, de ser uma «narrativa nacional» que se tornou um «recurso comunicativo» que consegue comunicar representações culturais que atuam, ou ao menos tendem a atuar, para a inclusão social, a responsabilidade ambiental, o respeito à diferença, a construção da cidadania. (LOPES, 2009:1)

Explorando as múltiplas faces de uma temática que até então estava encoberta, o **GP Ficção Seriada** contribui para a legitimação do objeto de estudos de modo

decisivo e irreversível. Na sequencia ele se tornará um espaço fundamental para o intercâmbio e a problematização dos referenciais epistemológicos, teóricos e metodológicos especificamente interessantes para o problema dos estudos de televisão e teleficção, em suas interfaces com os demais campos de conhecimento. Destaca-se também a construção de uma experiência interdisciplinar na medida em que o objeto, em sua complexidade, transborda as fronteiras do conhecimento humano no âmbito das ciências sociais e humanas.

Mais recentemente o GP Ficção Seriada tem contribuído de maneira significativa para o debate em torno da emergência das mídias digitais, das redes sociais e das novas formas de produzir e assistir ficção televisiva. Mais uma vez, a abordagem desses temas relaciona-se de maneira direta ao CETVN e mais especificamente ao OBITEL, que vem se dedicando, desde 2010, a pesquisas sobre as transformações nas maneiras de produzir e de assistir televisão. Nos anos recentes tem sido frequente a presença de pesquisadores interessados na temática da transmidiação e os desdobramentos tanto da narrativa quanto da participação e consumo populares em múltiplas plataformas viabilizadas por dispositivos móveis. A teleficção tem sido um dos produtos culturais em que se pode verificar os modos como a tradicional forma de narrar se expande e transborda do quadro da TV para múltiplas e pequenas outras telas. Isso implica em uma necessária renovação dos quadros teóricos de referência e de abordagens metodológicas o que desafia o campo a se recriar e buscar novos caminhos. Neste contexto

nos anos recentes foram apresentados no GP Ficção Seriada um número expressivo de *papers* que buscam explorar os contornos do novo contexto social em que a cultura material se transforma com a emergência de novos aparelhos e acessórios. Neste cenário estão também todas as mudanças desencadeadas pela implantação do sistema de TV digital no Brasil. Assim o GP Ficção Seriada tem aberto espaço também para as reflexões que buscam problematizar os processos de comunicação e difusão com a presença destes novos modos de consumir a telenovela e a teleficção.

A telenovela e a teleficção ocupam também um espaço de destaque na experiência educativa dos brasileiros. Por estarem ancoradas na forma narrativa elas exercem uma experiência formativa a qual atua como coadjuvante na construção do repertório cultural de suas audiências. Articulada às demais instituições sociais nos processos de socialização das novas e velhas gerações e no diálogo entre elas, a teledramaturgia opera como um "lugar" de encontro e de reconhecimento na constituição de uma cultura em comum, o que Lopes (2009) vai denominar "narrativa da nação". E como destacou:

> A telenovela está ao alcance de qualquer um. Não importa se quem está diante da TV, assistindo ao capítulo do dia, é letrado ou analfabeto, uma criança, um adulto ou um idoso. Basta que ela possa mobilizar os sentidos da audição e da visão ou, pelo menos, um desses canais de

> percepção, para entender que se trata de uma história e acompanhá-la dentro dos limites que a capacidade de cada telespectador o permitir. O que vemos e ouvimos compõe o fragmento de uma narrativa que dura cerca de 200 dias, se desenvolvendo sempre no mesmo canal e horário com as mesma personagens nos mesmos ambientes. (MOTTER, 2005, p. 1999)

Ainda sobre o importante lugar que a teleficção ocupa no imaginário dos brasileiros, Lopes destaca que:

> Não resta dúvida de que a novela constitui um exemplo de narrativa que ultrapassou a dimensão do lazer e impregna a rotina cotidiana da nação. Construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e se configura como uma experiência comunicativa, cultural, estética e social. Como experiência comunicativa, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. «A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada». Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano. As relações do público com as novelas são mediadas por uma variedade de instituições, pesquisas de audiência, relações pessoais, contatos diretos com autores, além da imprensa e da mídia especializada e, mais recentemente, através da internet. (LOPES, 2009: 29)

Assim, vale destacar que, ao longo desta trajetória vitoriosa há a dimensão educativa e pedagógica na proposta seminal do GP pois o grupo acolhe jovens pesquisadores de talento e coloca-os em contato com pesquisadores sêniores criando um espaço democrático para discussão de ideias e produção de conhecimento, características essenciais para a existência de qualquer grupo de pesquisa. Essa relação constante entre jovens pesquisadores e pesquisadores sêniores tem levado à oxigenação do grupo ao mesmo tempo em que mantém a qualidade dos debates e dos métodos utilizados. Essas características têm proporcionado ao grupo o reconhecimento de sua importância no campo da Comunicação.

Em suas realizações mais recentes o GP Ficção Seriada tem organizado sessões paralelas, nas quais a coordenadora e a vice dividem as tarefas. Esta escolha se deu em virtude do grande número de trabalhos que foram submetidos e aprovados. Outro procedimento importante para o aprimoramento e rigor das atividades realizadas tem sido a participação de colegas pesquisadores nacionais tanto como pareceristas (nos processos seletivos) quanto como relatores dos trabalhos promovendo discussões teórico-metodológicas mais aprofundadas e coerentes com o espaço de pesquisa que caracteriza o GP. Cabe ressaltar que a adoção dessa dinâmica envolvendo relatores de trabalhos ocorreu durante a coordenação de Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

3. Uma leitura dos encontros realizados de 2009 a 2013

Nossa intenção, ao elaborarmos um panorama dos trabalhos apresentados ao longo dos últimos cinco anos, foi procurar mapear os principais temas e ideias que permearam as discussões no período. Trata-se de um estudo que se configura a partir de dados quantitativos que à sua maneira traduzem tanto os objetos, as metodologias, as teorias,. como também são reveladores do interesse particular,e por que não dizer, da paixão que nos move a todos no GP Ficção Seriada: a tedramaturgia

3.1 Procedimentos metodológicos

Nesse trabalho, buscamos traçar um panorama do GP nos últimos cinco anos, verificando questões relativas ao perfil dos participantes (quantidade, titulação, representação geográfica) e também os principais temas trabalhados, observando as permanências e as mudanças ocorridas nesse período.

Para isso, primeiramente, salvamos todos os artigos constantes nos Anais Eletrônicos do Intercom, do GP Ficção Seriada, de 2009 a 2013.O segundo passo foi compilar, em um único arquivo do Word, os elementos iniciais dos *papers*: título, autoria e instituição do autor; resumo e palavras-chave. Esse arquivo, que totalizou mais de 40 páginas, foi a matéria prima com a qual alimentamos uma planilha do Excel, cujas colunas eram: título; autoria; instituição de origem e palavras-chave – cada

uma dessas em uma coluna separada, o que nos permitiu posteriormente classificar e contabilizar as principais repetições. As informações constantes do resumo contribuíram para identificarmos informações referentes à teoria e à metodologia utilizadas em cada artigo.

A partir das palavras-chave, catalogamos, de forma quantitativa, os principais temas abordados por meio das palavras-chave e pudemos verificar permanências e mudanças, conforme explicitamos a seguir.

3.2 Perfilgeral do Grupo de Pesquisa: quantidade de pesquisadores, titulação e representação geográfica

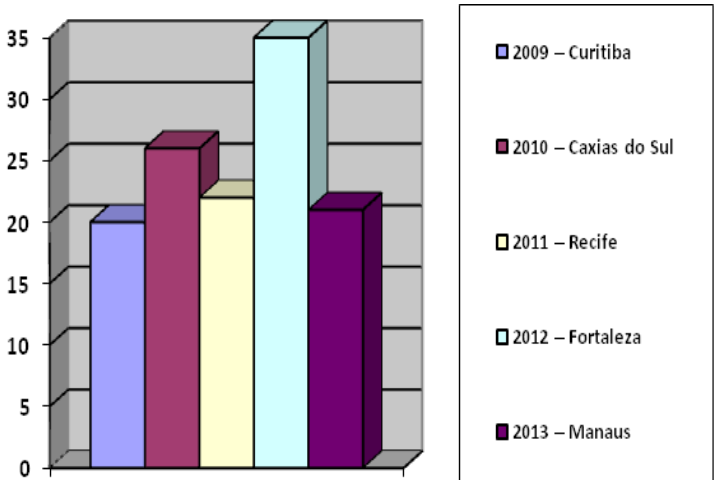
No período de 2009 a 2013, o GP Ficção Seriada da Intercom contou com 124 trabalhos aprovados no total, o que representa uma média de cerca de 24,8 trabalhos a cada evento.

De forma mais detalhada, em 2009, o GP do encontro realizado em Curitiba (PR) foi composto por 20 trabalhos. Em 2010, em Caixas do Sul (RS), foram 26 trabalhos. Em Recife (PE) em 2011, 22 trabalhos compuseram o GP. O número recorde de trabalhos, nesse período analisado, ocorreu no encontro realizado em Fortaleza (CE) em 2012, quando o Grupo foi formada por 35 trabalhos, quase o dobro do que se viu no encontro seguinte, em Manaus (AM), em 2013, com 21 trabalhos, conforme vemos no gráfico seguinte.

Tabela 1. Quantidade de trabalhos no GT Ficção seriada (2009-2013)

Ano e Local do Intercom	Quantidade de Artigos no GP
2009 – Curitiba	20
2010 – Caxias do Sul	26
2011 – Recife	22
2012 – Fortaleza	35
2013 – Manaus	21

Gráfico 1. Quantidade de trabalhos no GT Ficção seriada (2009-2013)



No GP, o intercâmbio de informações oferece um rico panorama dos estudos sobre ficção seriada no Brasil, por meio de debates entre pesquisadores de titulações e origens geográficas diferentes. Trata-se de uma oportunidade de reunir tanto pesquisadores experientes (pós-doutores e professores doutores) quanto mestrandos e graduandos de diversas instituições do país, o que proporciona múltiplos olhares, contribui para o fortalecimento do grupo e a riqueza das discussões. Além disso, também reitera o caráter formador e educativo do próprio evento na carreira de jovens pesquisadores, que podem tomar contato com abordagens e metodologias que se encontram no cenário comunicacional atual. Nesse sentido, percebemos, principalmente em 2012, uma maior participação de mestrandos e mestres, como vemos no gráfico seguinte.

Tabela 2. Titulação dos participantes do GT Ficção seriada (2009-2013)

Titulação	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Livre docente	0	0	1	1	0	2
Pós-doutores	4	2	0	3	0	9
Doutores	9	5	8	9	6	37
Doutorandos	5	8	4	5	5	27
Mestres	3	4	3	6	3	19
Mestrandos	11	7	13	23	10	64

Gráfico 2. Titulação dos participantes do GT Ficção seriada por evento (2009-2014)

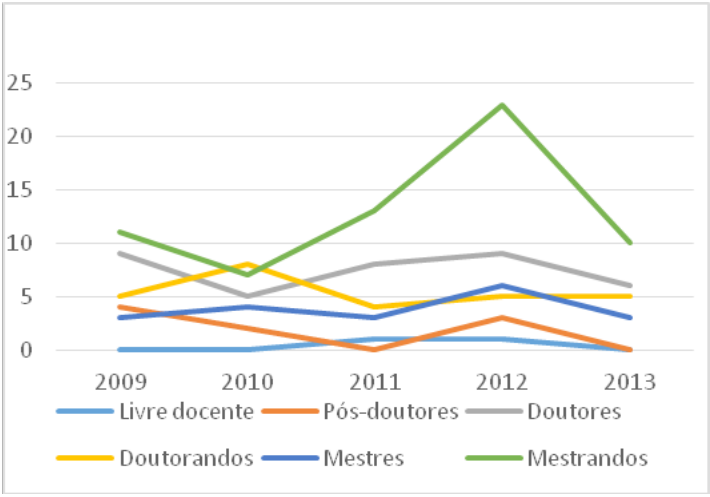
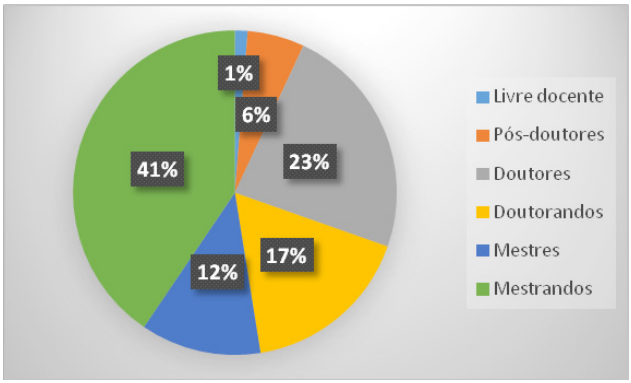


Gráfico 3. Titulação dos participantes do GT Ficção seriada de 2009-2013 considerando todos os eventos



O intercâmbio também se enriquece a partir das diferentes regiões que participam do GP. Ao longo dos cinco anos, a destacada predominância é de pesquisadores provenientes de instituições da **região Sudeste**, principalmente de São Paulo (sobretudo ECA-USP e ESPM); do Rio de Janeiro (UFRJ; UFF e UERJ) e de Minas Gerais (enfaticamente oriundos da UFJF).

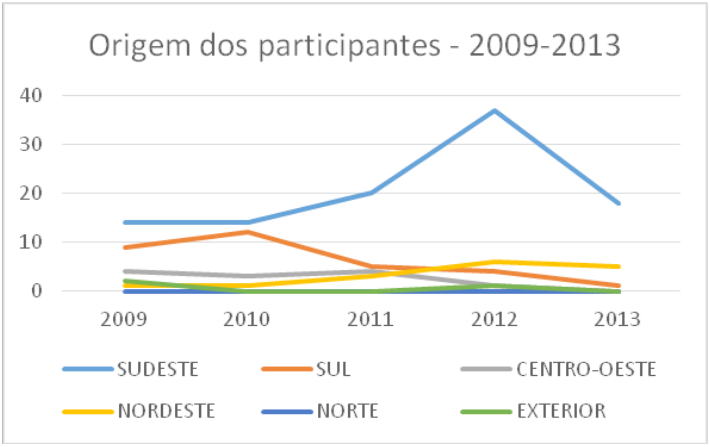
Em relação ao **Sul**, a maior quantidade de pesquisadores vem da UFRGS e da UFSM, desta especificamente concentrada nos eventos de 2009 a 2011.

Já a origem institucional dos pesquisadores da **região Nordeste** é menos localizada, dispersando-se entre os estados da Bahia, Maranhão, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande Norte.

Os trabalhos provenientes da **região Centro-Oeste** vêm de Goiás (UFG), acentuadamente em 2009 e 2010, e do Distrito Federal (UnB) de forma menos numerosa embora mais constante.

Nesse período em análise, não houve pesquisadores oriundos de instituições do **Norte** do país. Em contrapartida, três vieram de instituições do **exterior**, sendo duas de Portugal (Universidade de Coimbra) que vieram em 2009; e uma da Alemanha (JacobsUniversity, Bremen), participante do evento de 2012.

Gráfico 3. Origem dos participantes do GT Ficção seriada (2009-2013)



3.4 Principais temas

Conforme o próprio objetivo e tradição do GP, percebe-se a constância de estudos direcionados a telenovela, tema que se manteve predominante no período analisado, tendo sido apresentado por 60% dos trabalhos de 2009; 38% em 2010; 64% em 2011; 51% em 2012 e 48% em 2013.

O estudo sobre minisséries é outro ponto estável do grupo. O número de pesquisas sobre esse produto ficcional mantém-se sem grandes alterações de 2009 a 2010 (10% e 11%); cresce em 2011, chegando a 14% e diminui consideravelmente em 2012, quando alcança a marca de 6%, superada no ano seguinte (9%). Nesse grupo, des-

taca-se as investigações sobre minisséries históricas ou que trabalham acerca das questões de memória a partir da teleficção. Foram dois trabalhos em 2009; quatro em 2010; dois em 2011; dois em 2012 e três em 2013.

Em **2011**, os temas mais frequentes giram em torno das identidades (nacional, social, cultural, de gênero) e representações (principalmente de gênero, tipos sociais e profissionais). Além disso, pode-se notar nesse ano um aumento de trabalhos que se referem ao universo da internet (redes sociais, plataformas) e que denotam uma nova fronteira com relação aos estudos da produção e da recepção da ficção seriada. Em termos de referencial teórico, nos trabalhos prevalece a abordagem dos Estudos Culturais, da Análise do Discurso (AD) e dos estudos de linguagem de vertente bakhtiniana.

Destaca-se em **2012** a forte presença da discussão de assuntos relacionados à representação da "nova classe C" em duas telenovelas da TV Globo: *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil* (três trabalhos sobre *Cheias de Charme* e quatro sobre *Avenida Brasil*). As discussões levadas a cabo no GP demonstram o imbricamento desses temas com abordagem mais centrada nos Estudos Culturais devido às características sociais da ficção seriada brasileira, notadamente da telenovela. Cabe ainda destacar, trabalhos que discutem mais propriamente a estrutura e as transformações observadas na ficção seriada brasileira, entre esses trabalhos destacam-se estudos sobre adaptação, complexidade narrativa, carnavalização (8 artigos).

Além disso, pode-se notar ainda em 2012, a exemplo do que ocorreu no ano anterior, forte presença de

trabalhos (8) que se referem ao universo da internet (redes sociais, plataformas) e que denotam uma nova fronteira com relação aos estudos da produção e da recepção da ficção seriada. Em termos de referencial teórico, nos trabalhos prevalece a abordagem dos Estudos Culturais, da Análise do Discurso (AD) e dos estudos de linguagem de vertente bakhtiniana.

A telenovela *Cheias de Charme* volta a se destacar em **2013** (três artigos), ano os trabalhos apresentaram diversidade em relação aos formatos televisivos, a saber: telenovelas (14 artigos), minisséries (5 artigos) e séries (três artigos). Mais uma vez, enfatizamos a forte presença de trabalhos relacionados ao universo da internet, destacando-se a temática da transmídia (5 artigos). Esse interesse reflete Cabe ainda destacar, trabalhos que discutem mais propriamente as estruturas narrativas observadas na ficção seriada brasileira.

3.5 Mudanças e tendências observadas

Ao analisar o panorama diacronicamente, podemos perceber como as telenovelas que vão sendo exibidas, principalmente pela Globo, incentivam novas investigações e temas de estudos.

De forma exemplar, desperta a atenção o surgimento do estudo sobre classes, termo incluído como palavra-chave a partir de 2012 em 9% dos trabalhos deste ano e também de 2013, que parece nos indicar sobre o interesse do tema a partir da veiculação das telenovelas *Fina*

Estampa (exibida de 22/08/2011 a 23/03/2012); *Avenida Brasil* (exibida de 26/03/2012 a 19/10/2012) e *Cheias de charme* (exibição de 16/04/2012 a 28/09/2012), todas da TV Globo.

As três novelas apresentavam tramas que convergiam pela discussão em torno das classes sociais e de suas representações nas telenovelas. Em *Fina Estampa*, o conflito entre as protagonistas Griselda Pereira (Lilia Cabral) e Tereza Cristina (Christiane Torloni) mostrava a luta da primeira para sustentar os filhos pelo trabalho e a ostentação e estilo de vida luxuoso da segunda. O amor pelo mesmo homem ainda atiça ainda mais a disputa entre elas.

Avenida Brasil colocou o debate sobre classes como um dos principais motes da narrativa ao trazer o centro da história para um bairro da periferia (o Divino) e deixar a zona sul como um núcleo secundário. A telenovela abordava com ritmo intenso a mudança de costumes a partir da ascensão da classe C através da história do jogador de futebol Jorge Tufão (Murilo Benício) e da vingança de Rita e Carminha (Adriana Esteves).

Também *Cheias de Charme* foi inovadora no sentido de trazer empregadas domésticas como protagonistas da telenovela; tendo sido objeto de muitos artigos em 2013 e 2012, como citado no item anterior.

Outro tema que surge de forma incisiva a partir de 2011 é a transmidiação, com seus estudos sobre convergência e fãs. De forma crescente, transmídia e suas variantes (estratégias transmídias, narrativas transmídia, transmidiação) aparece em 2011 (em 9% dos

trabalhos); em 2012 (11%) e 2013 (14%). Especificamente o termo fã surge como palavra-chave em 2012, em 8% dos trabalhos. Já a palavra convergência começa a aparecer antes, em 2010, em 11% dos trabalhos; não aparece em 2011; e volta com intensidade em 2012 (8% dos artigos) e principalmente em 2013 (constando em 14% dos *papers*).

De fato, o tema tem recebido maior atenção nos últimos anos, razão pela qual os pesquisadores da rede Obitel-Brasil publicaram *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*, organizado por Lopes (2013). Conforme analisamos naquela obra, em que discutimos as estratégias de transmidiação de *Avenida Brasil,*

> A crescente importância desse novo locus tem demonstrado que observar o fenômeno da transmidiação das telenovelas brasileiras nas redes sociais constitui-se algo peculiar, complexo, que exige novas explorações metodológicas no campo da comunicação." (LOPES; MUNGLIOLI, 2013, p.136)

A inserção dos termos estereótipos, identidade e representação também demonstra uma certa tendência nos estudos de 2010 a 2012. Identidade surge como palavra-chave em 2010 em 19% dos trabalhos; número que cresce ainda mais em 2011, passando para 23%; e decresce no ano seguinte (8%). Também em 2012, cerca de 11% dos trabalhos contêm a palavra-chave estereótipo.

Já quanto à representação, o termo predomina em 18% dos trabalhos de 2011, mas também diminui no ano subsequente, passando a 5% dos trabalhos.

Outra tendência indica o maior interesse da audiência pelas séries e seriados, nacionais e norte-americanos. Série, seriado, *sitcom* são variações presentes em 2010 (3 trabalhos); 2011 (1); 2012 (4) e 2013 (2), o que parece indicar um direcionamento das pesquisas sobre esses produtos.

3.6 Mesas de debates e outras atividades

Em comemoração aos **20 Anos do GP Ficção Seriada** em 2013, houve a realização da mesa comemorativa, coordenada por Maria Cristina Palma Mungioli, contou com a presença de duas Coordenadoras que tiveram e têm papel essencial não apenas na consolidação do GP como também na área de estudos de Ficção Seriada no Brasil: as professoras Maria Aparecida Baccega e Maria ImmacolataVassallo de Lopes. A mesa proporcionou aos participantes uma espécie de retrato das principais conquistas e dos desafios enfrentados ao longo dos 20 anos do GP.

Antes disso, no evento de 2011, destacamos também a mesa **Rede de Pesquisa em Ficção Televisiva Obitel Brasil** que buscou debater "A Telenovela em Múltiplas Plataformas", com os seguintes pesquisadores: Profa. Dra. Maria ImmacolataVassallo de

Lopes – Co-coordenadora do Obitel Internacional, Coordenadora do Obitel-Brasil e do CETVN-ECA--USP; Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega – Coordenadora da equipe Obitel-São Paulo/ ESPM; Prof. Dra. YvanaFechine (UFPE) e Prof. Dr. Alexandre Figuerôa (UNICAP) - coordenadores da equipe Obitel-Pernambuco/UFPE-UNICAP; Profa. Dra.Maria Cristina Palma Mungioli - Equipe OBITEL USP – Coordenadora GP Ficção Seriada.

Desde 2007, a rede Obitel-Brasil constitui, dentro do espaço multidisciplinar do campo da comunicação um lugar privilegiado para a elaboração de estudos envolvendo um grupo muito representativo de pesquisadores de teledramaturgia. Dentro desse quadro, o propósito da mesa foi propiciar o debate em torno dos trabalhos que vêm sendo realizados por três equipes de pesquisadores da rede Obitel-Brasil a respeito do tema. A presença de pesquisadores experientes na mesa proporcionou discussões de alto nível sobre ficção seriada nacional, principalmente a telenovela, e transmidiação.

4. Considerações

O breve percurso aqui realizado teve como objetivo destacar a trajetória do GP Ficção Seriada como articulador de pesquisas sobre o tema ao longo de seus vinte e

um anos de existência. Para além disso, gostaríamos de saudar a direção da Intercom e, mais especificamente, a direção científica dessa entidade pela criação e manutenção desse espaço de debates, de pesquisa e de luta aguerrida por um objeto de pesquisa que se constituiu como o GP Ficção Seriada. Resultado de uma trama cujos fios foram tecidos por várias mãos, mas com objetivos comuns: discutir e divulgar os estudos de ficção seriada no Brasil e contribuir de maneira direta para o aprimoramento dos métodos e da pesquisa elevando seus padrões e exigências.

Conforme argumentamos ao longo do presente texto, o caminho até agora percorrido foi intenso e árduo e demandou de seus coordenadores boa dose de obstinação e de seus participantes um forte engajamento com o objeto ficção televisiva. Se o caminho nem sempre foi fácil, os percalços foram superados com forte dose de competência e paixão por um objeto tão negligenciado quanto importante para a cultura brasileira como a ficção seriada. Durante sua existência, o GP Ficção Seriada tem contribuído de maneira inequívoca e produtiva para ampliar e consolidar a pesquisa de ficção televisiva, constituindo-se como um espaço que, além de promover o intercâmbio de ideias em torno de questões teórico-metodológicas afeitas ao objeto de pesquisa, contribui consciente e coerentemente para a formação de pesquisadores no campo da Comunicação e mais, especificamente, no âmbito da pesquisa

de ficção televisiva. Dessa forma, sentimo-nos muito à vontade e felizes por vislumbrar um longo e profícuo caminho à frente.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Catálogo do Grupo de Pesquisa de Trabalho Ficção Televisiva Seriada**: cinco anos de produção de textos críticos (1993/1997). SP: Grupo de Pesquisa Ficção e Realidade: a telenovela no Brasil; o Brasil na telenovela; Núcleo de Pesquisa de Telenovela: INTERCOM, 1997. 96p.

BACCEGA, Maria Aparecida. Núcleo de Pesquisa de Telenovela- ECA/USP. **PCLA** - Volume 1 - número 2: janeiro / fevereiro / março 2000. Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista2/projetos2-2.htm, acesso em 10/07/2014

LOPES, Maria ImmacolataVassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Das ficções às conversações: a transmidiação do conteúdo ficcional na fanpage da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata V. de (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LOPES, Maria ImmacolataVassallo de. A telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZes,** vol. 3 n1, 2009.

MOTTER, Maria Lourdes. Do analfabetismo visual à alfabetização pela palavra. **REVISTA USP**, São Paulo, n.66, p. 198-208, junho/agosto 2005.

Capítulo 9

Fotografia: história, novas tecnologias e desafios acadêmicos

Paulo César Boni[1]

Notas introdutórias

O advento das tecnologias digitais, na última década do século XX, sinalizou mudanças importantes no fazer e no pensar fotografia. A consolidação dessas tecnologias, na primeira década do século XXI, impôs novas formas e multiplicou exponencialmente a produção,

1. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP/2000). Mestre em Comunicação Social pelo Instituto Metodista de Ensino Superior (IMES/1992). Graduado em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (UEL/1982). Membro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL. Líder do Grupo de Pesquisa *Comunicação e História*, cadastrado pelo CNPq. Coordenador do *Grupo de Pesquisa Fotografia* da Intercom. Bolsista Produtividade da Fundação Araucária (PR).

divulgação e circulação de imagens, assim como propiciou a inclusão e facilitou o acesso das pessoas ao universo das imagens. A facilidade *no* e a multiplicação *do* "fazer fotográfico", em um primeiro momento – ainda em curso –, gerou uma turbulência no "pensar a fotografia".

Em pouco mais de uma década, eventos voltados à fotografia espocaram por todas as regiões brasileiras, atraindo cada vez mais pessoas. Alguns, como o *Paraty em Foco*, em sua 10ª edição, na cidade de Paraty, no Rio de Janeiro, o *FestFoto*, de Porto Alegre, e o *FotoRio*, do Rio de Janeiro, ambos em sua 7ª edição, já estão se tornando tradicionais e reúnem, a cada ano, mais visitantes, estudantes, professores e palestrantes nacionais e internacionais. Nesses eventos, ocorrem os chamados "cursos livres" do fazer fotográfico.

Nesse mesmo período, nasceram e se espalharam pelo país os "cursos formais" de fotografia, tanto os tecnólogos, quanto os de graduação (bacharelado) e, principalmente, os de pós-graduação. Além dos cursos formais, também se avolumaram os eventos voltados ao pensar fotográfico. Os resultados do "pensar fotografia" podem ser difundidos em congressos e eventos, entre eles o *Grupo de Pesquisa – Fotografia*, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e o *Grupo de Trabalho – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual*, da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), ambos anuais e existentes há mais de uma década. Outro evento voltado à imagem, com participação sempre forte de

estudos voltados à fotografia, é o Encontro Nacional de Estudos da Imagem (Eneimagem), realizado bienalmente, sempre nos anos ímpares, na Universidade Estadual de Londrina (UEL), que, em 2015, chegará à sua 5ª edição. Esses três eventos – e outros não nominados – reúnem estudantes, professores e pesquisadores cujo principal objeto de pesquisa é a fotografia.

Independentes, mas convergentes, os cursos livres, os cursos formais e os eventos e congressos, tanto os voltados para o mercado, quanto os voltados para a academia, alavancaram a pesquisa sobre fotografia no Brasil, resultando na publicação, todos os anos, de vários livros e dezenas de artigos em periódicos científicos. Mas, até atingir esse *status*, que se ainda não é o ideal, é muito melhor do que o de duas décadas atrás, a fotografia precisou, com paciência e persistência, galgar degraus importantes, tanto na imprensa quanto na academia. Assim, antes de nos prendermos ao *Grupo de Pesquisa Fotografia* da Intercom, aos relevantes trabalhos de seus participantes e às novas pesquisas sobre fotografia em andamento no Brasil, é oportuno recuperar aspectos históricos da fotografia na imprensa e na academia.

O surgimento da fotografia

Desde sua invenção, em meados do século XIX, a fotografia marcou a passagem de uma estética para outra. Até então, a estética era praticamente a apreciação do

belo, representado pelas imagens iconográficas e outras manifestações das belas artes. A fotografia introduziu a frieza e dureza do real no que era exposto à apreciação e, com isso, contribuiu para que a estética passasse a ser muito mais uma representação cultural que simplesmente a apreciação do belo.

A frieza e dureza do real retratados na fotografia, por um lado, chocou os padrões estéticos e mudou paradigmas na segunda metade do século XIX; por outro, logo ganhou as páginas de jornais e revistas, provocando transformações sociais e, principalmente, se constituindo como documento confiável e importante fonte de pesquisa para a recuperação da memória e para a construção do processo histórico.

Hoje, nós pesquisadores, agradecemos aos céus o fato de a fotografia haver chegado rapidamente à imprensa, pois, caso isso não ocorresse, centenas de milhares de imagens que documentam vestígios do passado e as grandes transformações da história provavelmente teriam se perdido. O fato de elas haverem sido, de alguma forma – e independente dos interesses que pudessem estar norteando este procedimento – publicadas em algum jornal ou revista permite sua recuperação por meio da pesquisa nos arquivos ou acervos desses veículos de comunicação e nos presenteiam com um inventário, inenarrável textualmente, de preciosas informações sobre o passado de uma nação, sobre a memória de um país.

Diante de tamanha documentação – e várias formas de acesso – é fácil, para nós pesquisadores, escrever algumas linhas para destacar e ressaltar a importância da

fotografia como documento e fonte de pesquisa do passado, mas sua trajetória na imprensa não foi fácil; pelo contrário, foi um processo lento, de conquistas pontuais e consolidação gradual.

A fotografia na imprensa

A primeira fotografia foi publicada na imprensa em 1842. Tratava-se de uma tomada feita pelo daguerreotipista[2] Carl Fiedrich Stelzener das ruínas de um bairro da cidade de Hamburgo, na Alemanha, que havia sido devastado por um incêndio. As condições técnicas daquela época não permitiriam um registro do incêndio propriamente dito, por isso Stelzener registrou apenas os escombros. A imagem foi publicada no jornal britânico *The Illustrated London News*, que havia sido fundado nesse mesmo ano, com a proposta de ser uma publicação ilustrada.

Também é preciso lembrar que a publicação da fotografia deu-se por um processo indireto, pois a imprensa

2. Ao ser oficialmente apresentada ao mundo, em 19 de agosto de 1839, a fotografia foi batizada de daguerreotipia, em homenagem a um de seus inventores, Jean Jacques Louis Daguerre. O termo fotografia, uma junção de radicais terminológicos gregos (foto = luz + grafia = escrita, ou seja, escrita com a luz) foi cunhado em 1859 pelo inglês John Hershell. Assim, de 1839 a 1859, as fotografias eram daguerreotipias e os fotógrafos eram daguerreotipistas.

não dispunha, àquela época, de condições para reproduzir uma fotografia diretamente do original (da chapa fotográfica). Um artista gráfico "reproduziu" a fotografia em um pedaço de madeira (processo artístico chamado de xilogravura) e a impressão nas folhas do jornal deu-se por meio da reprodução em madeira, e não da fotografia original.

A partir de 1880, com a invenção do *halftone* (autotipia ou clicheria, como ficou conhecido no Brasil), a publicação de fotografias na imprensa passou a ser diretamente do original fotográfico. Com isso, foram, gradativamente, sendo eliminados os gravuristas e suas "inocentes" – ou não – interferências nos originais fotográficos e a prevalecer o ponto de vista do fotógrafo – e não do gravurista – nas fotografias publicadas na imprensa. Esse foi um passo importante para que a fotografia fosse considerada verossímel e portadora de aspectos e informações documentais.

Mesmo assim, em seu início na imprensa, a fotografia era vista com descrédito e desconfiança. As primeiras fotografias publicadas causaram estranheza na população, exatamente pela mudança estética, como forma de ver o mundo, que representava. Até então a população não estava acostumada com imagens nos jornais. As poucas publicadas eram reproduções de obras de arte (quase sempre com a predominância da "estética do belo") gravadas em matrizes de madeira (xilogravura), pedra (litografia) ou zinco (calcografia). Neste seu primeiro momento, a fotografia não passava de mera ***ilustração*** na imprensa.

> Quando chegou à imprensa, pelo sistema de autotipia, em 4 de março de 1880, nos Estados Unidos (no Brasil, a primeira fotografia pelo mesmo sistema seria publicada em 22 de maio de 1900, pela *Revista da Semana*, no Rio de Janeiro), ela representava apenas uma mera ilustração do que estava escrito. Os jornais e revistas empregavam respeitados literatos e dramaturgos e o nome deles era o grande peso do veículo. Os fotógrafos eram desconhecidos e sua contribuição pouco pesava no sucesso do veículo (BONI, 2010, p. 233).

Por conta disso, na segunda metade do século XIX, apesar de as técnicas de tomada e publicação fotográficas já serem de domínio dos profissionais da área, jornais e revistas resistiam em publicar fotografias, por questões culturais. Não sem justa causa, segundo o pesquisador português Jorge Pedro Sousa (2004), pois os próprios leitores preferiam que as ilustrações jornalísticas fossem representadas a partir do desenho e da pintura, em detrimento da crueza da fotografia.

> [...] imbuídos de mente literária, os editores resistiram durante bastante tempo a usar fotografias com texto, não só porque desvalorizavam a seriedade da informação fotográfica mas também, julgo eu, porque as fotografias não se enquadrariam nas convenções e na cultura jornalística dominante na época (SOUSA, 2004, p. 17).

Mas, a possibilidade de o leitor conhecer outros continentes e países, outras culturas, costumes e exotismos

por meio das fotografias foi, aos poucos, minando sua resistência às fotografias de imprensa. Provavelmente, um importante divisor de águas tenha sido o início das coberturas de guerras e conflitos que aconteciam em locais distantes. Antes do advento da fotografia de imprensa, o leitor não fazia a menor ideia do que era um conflito armado e suas decorrências e repercussões. A primeira guerra coberta pela imprensa, mesmo com deficiências técnicas e propósitos ideológicos, foi a Guerra da Crimeia (1854-1856). Depois dela, todas as guerras e conflitos bélicos foram cobertos pela imprensa e, mais que isso, passaram a ser o seu assunto preferido.

Pela preferência por um ou por outro assunto, o fato é que as fotografias chegaram, chocaram, convenceram e foram ganhando espaço e importância na imprensa. Depois da cobertura de algumas guerras consideradas menores (Crimeia, Secessão, Boyers) a imprensa cobriu o primeiro grande conflito mundial, entre 1914 e 1918. Na sequência, a Guerra Civil Espanhola (1936-1939) e a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). A partir da cobertura desses grandes conflitos, mais acentuadamente, a fotografia deixou de ser mera ilustração nas páginas dos jornais e revistas e passou a figurar como ***complemento*** das notícias. Passou a ser comum a troca de olhares na leitura, ou seja, o sujeito lia a notícia e conferia o que havia acabado de ler nas informações visuais da fotografia. No sentido inverso, enxergava alguma informação nova na fotografia e conferia se o texto também falava do que ele havia visto. A "leitura" da fotografia passou a ser mais demorada e detalhista. Ela deixou de

simplesmente ilustrar e passou a dividir com o texto a responsabilidade pela informação e a usufruir com ele parte do mérito. Pedro Afonso Vasquez (2012, p. 109) pontua essa transição da fotografia na imprensa. "Foi apenas em 1910 que um jornal cotidiano passou a usar a fotografia sistematicamente como fonte de informação e não como mera ilustração, reservando sempre três ou quatro de suas 12 páginas para a imagem fotográfica." O autor referia-se ao jornal diário francês *Excelsior*, criado por Pierre Lafitte.

Com a popularização da fotografia, na imprensa e fora dela, houve, por consequência, o desenvolvimento e consolidação da "cultura imagética", ou seja, o público familiarizou-se com a fotografia na imprensa. Mais que isso: passou a preferir os jornais e revistas mais ilustrados em detrimento dos que teimavam em não publicar fotografias. Esse foi um dos fatores que contribuiram para uma impressionante modernização dos parques gráficos dos veículos de comunicação impressos nas primeiras décadas do século XX. Com a exigência crescente dos leitores por veículos mais ilustrados, cresceu o número de fotografias e de fotógrafos especializados na imprensa. Esse cenário propiciou que a fotografia vivesse seu terceiro e mais importante momento nos jornais e revistas, o de, em alguns casos, ***suplantar*** o texto. Algumas fotografias publicadas foram capazes de informar mais, influenciar, emocionar e provocar reações muito mais fortes e consistentes que dezenas, centenas ou milhares de páginas escritas para noticiar o mesmo episódio.

> Em outras palavras, a fotografia, em determinados casos, suplantou as informações textuais. Ela foi capaz de falar mais que as palavras escritas. Ela deu mais ênfase e acentuou os efeitos de denúncia, extrapolando o texto. Um dos casos mais famosos, neste sentido, em nível mundial, é a fotografia da menina vietnamita atingida por uma bomba de napalm, correndo nua pela aldeia de Trang Bang, onde morava, a 65 quilômetros de Saigon. A fotografia é de Nick Ut e foi tomada em 1972 (BONI, 2010, p. 233).

Estudiosos consideram essa fotografia como o "início do fim" de uma guerra que se arrastava por quase duas décadas. Neste momento, segunda metade do século XX, a máxima de Confúcio de que "uma imagem vale mais que mil palavras", passou a fazer sentido na imprensa. Ela foi mais importante para o fim da Guerra do Vietnã que centenas de reportagems publicadas na imprensa e incontáveis esforços diplomáticos que procuravam uma saída pacífica para o conflito. Contudo, para nós, pesquisadores, o grande passo que a fotografia galgaria seria o seguinte, quando, além de suplantar textos, ela foi alçada à condição de documento.

A consolidação da fotografia na academia

Até o início da década de 1980, a fotografia, a história oral e os jornais e revistas de época não eram bem vistos

pelos pesquisadores, em particular, e pela academia, como um todo. Felizmente, a partir dos anos 1980, a academia se rendeu à força desses importantes elementos e ferramentas de pesquisa: a história oral foi definitivamente credenciada como metodologia e os jornais e revistas de época se tornaram importantes fontes de consulta e contextualização. A fotografia, por sua vez, foi alçada à condição de ***documento*** e passou a ser aceita e respeitada por diversas áreas de estudo, especialmente a antropologia, a sociologia e a história, provocando uma necessária interdisciplinaridade entre essas áreas e a comunicação.

Este novo patamar da fotografia contribuiu de maneira significativa para que seu uso em pesquisas e publicações de recuperação de dados históricos fosse multiplicado. Movimento idêntico ocorreu em pesquisas de cunho sociológico e antropológico. A fotografia passou a chegar em maior número e com mais frequência aos museus e centros de estudo. Famílias foram despertadas para a importância da preservação da memória individual, familiar e coletiva e passaram a doar o acervo de seus antepassados especialmente para museus. Por seu lado, os museus, em razão do número crescente de pesquisas, do despertar pela preservação da memória e do advento de facilidades tecnológicas, passaram a disponibilizar e facilitar o acesso de pesquisadores a seus acervos fotográficos. Hoje, é praticamente impensável a publicação de livros históricos sem o uso de fotografias.

Mas a fotografia foi além. Entre o final do século XX e início do século XXI, graças aos trabalhos e esforços

individuais e coletivos *em* e *de* alguns centros de estudo (universidades), normalmente difundidos em congressos e eventos das áreas de Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas – como o *GP Fotografia da Intercom* –, além de documento, a fotografia passou a ser utilizada como ***fonte de pesquisa***. Ou seja, ela deixou de ser apenas um documento de verificação, comprovação e discernimento de dúvidas e tornou-se o ponto de partida para novas pesquisas. Ao olhar fotografias das primeiras décadas do século XX da cidade de São Paulo ou do Rio de Janeiro, por exemplo, um pesquisador pode, pelas informações visuais, ficar instigado a pesquisar os costumes de época, a indumentária, a arquitetura, os sistemas de transporte, a propaganda e sua evolução, ou, ainda, observar que praticamente todos os fotografados eram magros, realidade diferente dos dias atuais, e pesquisar sobre os por quês do sobrepeso ou obesidade da população atual. Com suas imprescindíveis e verossímeis informações visuais, a fotografia passou a instigar novas e relevantes pesquisas em diversos campos do conhecimento, ou seja, tornou-se uma importante e reconhecida ***fonte de pesquisa***.

O *Grupo de Pesquisa Fotografia* da Intercom

O atual *Grupo de Pesquisa Fotografia*, nasceu em 2004, como Núcleo de Pesquisa Fotografia: Comunicação e Cultura, resultado de um movimento em prol da

pesquisa em fotografia, liderado pelo Prof. Dr. Fernando Cury de Tacca, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Criado o núcleo, nada mais natural que seu mentor fosse seu primeiro coordenador. Assim, o professor e pesquisador Fernando Tacca assumiu a coordenação e deu início ao árduo e prolongado trabalho de reunir pesquisadores, cujo principal objeto de pesquisa era a fotografia, para o fortalecimento do núcleo. Ele permaneceu à frente do núcleo por cinco anos, de 2004 a 2008, e, apesar de o número de trabalhos não crescer de forma representativa durante sua gestão, seu maior mérito foi, sem dúvida a nucleação dos mais importantes nomes da pesquisa em fotografia do Brasil, como Boris Kossoy, Milton Guran, Rubens Fernandes Júnior, Dulcília Helena Shroeder Buitoni e outros. Iniciou sua gestão em 2004, no Intercom de Porto Alegre (RS), no qual foram apresentados 15 trabalhos no NP Fotografia: Comunicação e Cultura. Em 2005, no Intercom do Rio de Janeiro (RJ), o núcleo recebeu 10 trabalhos. Em 2006, no Intercom de Brasília (DF) foram 14 trabalhos; em 2007, em Santos (SP), 17 trabalhos e, no Intercom de Natal (RS), em 2008, que marcou a despedida do Prof. Dr. Fernando Cury de Tacca da coordenação, o núcleo recebeu 21 trabalhos.

A esta altura, o núcleo já estava consolidado e era um dos preferidos dos congressistas. As salas que recebiam suas apresentações estavam sempre cheias. Atendendo aos pré-requisitos do regimento do núcleo e da Intercom, a reunião de avaliação em Natal elegeu a Profa. Dra. Dulcília Helena Schroeder Buitoni, da Faculdade

Cásper Líbero (FCL), de São Paulo, para a gestão 2009-2010. A partir do Intercom de Natal (RS), a nomenclatura foi alterada de Núcleo de Pesquisa Fotografia: Comunicação e Cultura para *Grupo de Pesquisa Fotografia*. No Intercom de 2009, em Curitiba (PR), primeiro ano da professora Dulcília Buitoni na coordenação, foram apresentados 30 trabalhos no *GP Fotografia*, o que representou um aumento de 43% no número de trabalhos em relação ao ano anterior. Todos no grupo ficaram eufóricos com o crescimento, mas, em Caxias do Sul (RS), em 2010, o número caiu para 23 trabalhos apresentados. A reunião de avaliação em Caxias do Sul reelegeu a coordenadora para mais dois anos de mandato. No Intercom de 2011, em Recife (PE), o número de trabalhos apresentados subiu para 29. O ano de 2012, marcaria a despedida da Profa. Dulcília Buitoni da coordenação do GP. Ela se despediu em Fortaleza (CE), coordenando a apresentação de 21 trabalhos.

Neste momento, o grupo passava por um momento importante de transição. Pesquisadores nucleados desde o início, aos poucos, deixavam de apresentar trabalhos e eram substituídos – apenas em números, nunca em respeito, reconhecimento e citações – por pesquisadores mais jovens, mestrandos e doutorandos oriundos de todas as regiões do país em razão da multiplicação e descentralização dos cursos de pós-graduação *Stricto sensu* em comunicação e em artes, áreas das quais são originários a maioria dos trabalhados apresentados no *GP Fotografia*.

Em 2013, a coordenação foi assumida pelo Prof. Dr. Paulo César Boni, da Universidade Estadual de Londrina

(UEL). Em seu primeiro ano de coordenação, no Intercom de Manaus (AM), apenas 18 trabalhos foram apresentados, o que representou uma queda de 16,67% em relação a 2012. Neste ano, porém, praticamente todos os grupos registraram queda na inscrição, aprovação e apresentação de trabalhos. Manaus é uma cidade distante e cara, o que deve ter inibido o número de inscrições nos grupos de pesquisa, em particular, e no congresso, como um todo. No Intercom de Foz do Iguaçu (PR), em 2014, o número de trabalhos aprovados para apresentação subiu para 28, número muito próximo do recorde do grupo, obtido no Intercom de 2009, em Curitiba (PR).

Projetos e pesquisadores do *GP Fotografia*

A renovação de pesquisadores tem trazido novas perspectivas de pesquisa para o seio do *GP Fotografia*. Havíamos falado em novos pesquisadores mestrandos e doutorandos, mas o grupo também registra a entrada e permanência de novos mestres e doutores e de pesquisadores envolvidos nos programas de pós-graduação de suas instituições, normalmente orientadores ou, de alguma forma, influenciadores dos pesquisadores mais jovens.

A Profa. Dra. Ana Taís Martins Portanova Barros, da Universidade Federal do Rio Grande Sul (UFRGS), há anos apresenta resultados parciais e finais de seus projetos de pesquisa sobre fotografia e imaginário. Em 2013, ela apresentou um panorama muito interessante

da produção acadêmica brasileira sobre fotografia, entre os anos de 1999 a 2009, usando como base o banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e o diretório de grupos de pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Dentre os trabalhos da Capes, Barros (2014) localizou 65 estudos que tinham como palavra-chave o termo "fotografia", mas somente 16 tratavam de sua epistemologia. Já no CNPq, dos 111 grupos de pesquisa cadastrados e levantados a partir do termo em questão, dez utilizam a imagem fotográfica como objeto de reflexão epistemológica. A comunicação foi a mais representativa área de origem dos trabalhos com 51,10%, seguida pela história, com 15,65%. Nesses textos, os autores mais citados são Roland Barthes, Philippe Dubois e Vilém Flusser, nenhum deles brasileiro.

Além da formalidade dos dados numéricos, a autora trabalhou a opinião do senso comum sobre fotografia e imagens simbólicas. Este ano, seu trabalho versa sobre o fotojornalismo de capa dos jornais *online* mais acessados de cada continente para verificar a ocorrência – ou não – da manifestação de um imaginário espacial ou territorial. Para tanto, trabalha com a noção de imaginário de Joël Thomas, as noções de imagem simbólica e de regimes do imaginário de Gilbert Durand e as considerações sobre o imaginário do espaço, de Gaston Bachelard. Ou seja, em ambos os casos, ela trabalha dados empíricos – banco de dados da Capes e do CNPq e capas de jornais virtuais de todos os continentes do planeta – com variáveis de

estudo do imaginário. Ana Taís tem alastrado com desenvoltura seus projetos de pesquisa entre os pares, no programa de pós-graduação em comunicação da UFRGS e, principalmente, entre seus orientandos. Duas de suas orientandas estão, pela primeira vez, apresentando trabalhos no *GP Fotografia* de 2014. Uma em coautoria com a orientadora e outra "solo", mas com indicação de orientação no rodapé do trabalho.

Marcelo Eduardo Leite, professor doutor da Universidade Federal do Cariri (UFCA), no Ceará, é outro pesquisador nucleado que alastra sua obstinação pela fotografia documental – e a seriedade e continuidade de seu trabalho de pesquisa – entre seus alunos de graduação e iniciação científica. Há anos ele e seus alunos documentam, de forma antropológica, o semiárido nordestino. Além da documentação fotográfica, instiga seus alunos a conhecerem e dominarem teorias e metodologias ligadas à fotografia. Quase sempre acompanhado de alguns estudantes, Marcelo Leite tem sido presença frequente no *GP Fotografia*. O fato de estar envolvendo estudantes de graduação projeta a continuidade de suas – e de outras – pesquisas sobre o imprescindível papel da fotografia como documentadora de realidades e preservadora de memórias. Em 2012, com o projeto *Realidade: o fotojornalismo (autoral) de uma revista*, que estudou o fotojornalismo de uma das mais importantes revistas brasileiras do século XX, a *Realidade*, o pesquisador venceu o Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia.

Fotografia e novas tecnologias têm sido o objeto de pesquisa do Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior, da

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Ele explora as possibilidades oferecidas – e crescentes a cada dia – pelas tecnologias digitais e busca aferir o impacto que as facilidades tecnológicas provocam ou irão provocar nos fotógrafos, especialmente os de imprensa. Depois que apresentou o trabalho *Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência* na Compós de 2012 e o publicou em uma das mais importantes revistas de visualidade do país, a *Discursos Fotográficos* (vencedora do Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia de 2012, na categoria Produção de Reflexão Crítica em Fotografia), tem sido constantemente citado em trabalhos que exploram o fotojornalismo como objeto de estudo. A partir de 2009, o fotojornalismo tem sido o tema mais recorrente no *GP Fotografia*, e em 2014 não foi diferente. Em 2014, aliás, destaque especial para o fotojornalismo voltado para a cobertura de guerras, conflitos e causas sociais.

O Prof. Dr. Fábio Gomes Goveia, pesquisador do Laboratório de Estudo sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), apresentou, no Intercom de Manaus (AM) em 2013, uma nova proposta inovadora de coleta de imagens digitais – e seus metadados – para pesquisas nas mídias digitais, especialmente nos sites de redes de relacionamento, as chamadas redes sociais. Segundo Fábio Goveia e a Profa. Dra. Lia Scarton Carreira, sua colega de pesquisa no Labic, "o caráter numérico de qualquer arquivo digital – incluindo as fotografias – é justamente o que permite que hoje sejam desenvolvidas análises de gigantescos

conjuntos de dados, os chamados *Big Data*". Em outras palavras, hoje, com facilidade, é possível capturar uma quantidade impensável de dados, sobre determinado assunto, nas redes sociais, para tanto basta dispor das tecnologias específicas (*softwares*) de extração e visualização. Para apresentação no *GP Fotografia* de Manaus, os autores coletaram centenas de fotografias das manifestações populares ocorridas em junho de 2013 na cidade de Vitória (ES). Eles explicam que no processo de extração de publicações de um site de rede social, por exemplo, é possível recolher não somente a parte textual, como a localização geográfica, a data e a hora exata de sua postagem, mas também identificar relações que estabelecem com outras postagens e, consequentemente, com outros usuários dessa mesma ferramenta *online*.

Com isso, além da obtenção de dados numéricos (pesquisa quantitativa), os autores defendem a possibilidade de eles serem visualizados de modos diferentes, por meio da "tradução" e interpretação de dados, podendo, entre outras alternativas, evidenciar relações e compor quadros relacionais e interativos, nos quais se podem observar semelhanças e dissonâncias entre as publicações, entre os nós de uma rede ou entre os dados computados, como sua geolocalização, por exemplo (pesquisa qualitativa).

Interatividade, seja, talvez, o termo mais apropriado para definir as novas tecnologias a serviço da preservação da memória e da construção da história de lugares (empresas, escolas, igrejas, instituições, bairros, cidades etc.). Foram as percepções do potencial de recuperação da memória de Londrina e a interatividade entre os

membros de uma rede social que levaram a pesquisadora Maria Luisa Hoffmann, doutoranda na Universidade de São Paulo (USP) e professora de pós-graduação na Universidade Estadual de Londrina (UEL), a apresentar no congresso de Foz do Iguaçu (PR) o trabalho *"Londrina Memória Viva": novas perspectivas sobre Fotografia e História no Facebook*. O grupo "Londrina Memória Viva", hospedado no Facebook, foi criado em junho de 2012. A ideia de criá-lo surgiu um mês antes, em maio de 2012, quando o fotógrafo Wilson Vieira postou uma fotografia antiga do Centro Comercial (conjunto de três prédios idênticos, construídos um ao lado do outro, na década de 1960, no centro histórico de Londrina). A fotografia foi comentada por diversas pessoas que haviam vivido aquele período de efervescência política e cultural da cidade. Vários "amigos de infância", espalhados por "n" cidades do Brasil e do mundo se reencontraram nos comentários da fotografia. Esses amigos, capitaneados pela musicista londrinense Hylea Ferraz, foram os responsáveis pela criação do grupo. Em fevereiro de 2014 o "Londrina Memória Viva" tinha 2.790 membros que compartilhavam fotografias antigas da cidade, geralmente oriundas de álbuns de família, comentadas e com a identificação dos lugares e das pessoas fotografadas. Imediatamente, o grupo caiu do gosto da população londrinense e, em maio de 2014, o número de membros havia chegado a 4.257.

Assim, por meio de um site de relacionamentos, está em processo um relevante e consistente trabalho de recuperação histórica de Londrina das décadas de 1950 a

1980. Ou seja, neste e em tantos outros casos, as novas tecnologias têm sido utilizadas como importantes ferramentas para a recuperação e democratização de arquivos sobre a memória fotográfica. Mais que isso, tem promovido a interatividade e o despertar de sentimentos saudosistas e preservacionistas entre seus membros. No caso específico de Londrina, a pesquisadora afirma que:

> A partir da interação de seus membros, o Londrina Memória Viva tem levantado informações históricas importantes e recuperado acervos familiares que de outra forma permaneceriam no âmbito particular e que, com o decorrer dos anos, possivelmente seriam perdidos (HOFFMANN, 2014, *online*).

A experiência da Universidade Estadual de Londrina (UEL)

Quem se consolidou nos últimos anos e, agora, colhe os frutos de anos de trabalho, é o Grupo de Pesquisa *Comunicação e História* da Universidade Estadual de Londrina (UEL), cadastrado no CNPq. O grupo é liderado pelo Prof. Dr. Paulo César Boni e seus dois focos de pesquisa são o fotojornalismo e o uso da fotografia voltada para a recuperação e a preservação da memória. No campo do fotojornalismo, apresentou, na primeira década do século XXI, a proposta metodológica de análise fotográfica baseada na desconstrução do produto final

para, a partir da decomposição, análise e conceituação dos recursos técnicos e dos elementos da linguagem fotográfica utilizados, aferir qual a intencionalidade de comunicação do fotógrafo no momento do ato fotográfico. Ou seja, essa proposta buscava inverter o processo analítico que, até então, era do produto final (fotografia) para frente. A inovação era analisar o percurso gerativo da composição da mensagem fotográfica, ou seja, o trajeto do produto final (fotografia) para trás (fotógrafo), para buscar entender qual era o propósito comunicacional do fotógrafo no momento em que ele escolheu recortar um determinado espaço-temporal da realidade. Em um segundo momento, essa metodologia foi estendida para o processo de edição de fotografias nos veículos de comunicação. Agora, o objetivo era entender porque, diante de tantas imagens, o editor escolheu uma imagem em detrimento de outras. Dezenas de trabalhos com esta metodologia de análise foram apresentados em congressos e publicados em periódicos científicos do Brasil e do exterior.

No campo da fotografia e memória, o grupo está trabalhando uma nova proposta metodológica, desta feita voltada para a pesquisa e não para a análise. Trata-se do uso da fotografia como disparadora do gatilho da memória. Aliada à história oral, a proposta prevê o uso de fotografias de época para despertar lembranças em entrevistados e tem sido utilizada – testada, ajustada e replicada – desde 2010 em pesquisas de recuperação de dados históricos e preservação da memória de municípios do norte do Paraná e do interior do estado de São Paulo.

O procedimento metodológico é simples e tem sido utilizado em pesquisas que visem recuperar dados históricos de municípios relativamente novos, nos quais ainda é possível entrevistar pioneiros ou pessoas que participaram de seu processo de colonização e desenvolvimento (fontes primárias). Essas pessoas, geralmente, são indicadas pelo museu histórico da cidade, que, não raro, possui um cadastro dos pioneiros, ou por algum centro de estudo. Antes de entrevistá-las (história oral), porém, o pesquisador precisa reunir algumas fotografias de época, de preferência, especificamente sobre o assunto que está sendo investigado, pois pode tratar-se de uma micro história. Já foi pesquisada a construção da Igreja Matriz de Cambé (PR) e está em andamento a pesquisa sobre a construção da Usina Hidrelétrica de Capivara, em Iepê (SP), por exemplo. De posse dessas fotografias, o pesquisador marca e realiza a entrevista com o entrevistado. Em um primeiro momento, a entrevista segue os trâmites da história oral, com perguntas e respostas, sem o uso das fotografias. Em um segundo momento – que precisa ser identificado pelo entrevistador como aquele em que o entrevistado parece "não ter mais nada para dizer" –, o entrevistador começa a mostrar, uma a uma, as fotografias de época para o entrevistado, para aferir se novas lembranças veem à tona e são relatadas pelo entrevistado. É esse o momento do uso da fotografia como disparadora do gatilho da memória e, a partir dele, cabe ao pesquisador ouvir e analisar as novas narrativas, incorporadas a partir do "mergulho" nas realidades fotográficas.

> O esforço inicial para o 'amadurecimento' da utilização deste procedimento metodológico foi formalizado em 2010, na dissertação de Maria Luisa Hoffmann, intitulada *Guardião de Imagens: 'memórias fotográficas' e a relação de pertencimento de um pioneiro com Londrina*. Em seu trabalho, Hoffmann (2010) analisa as lembranças individuais de um pioneiro londrinense, promovendo uma discussão sobre memória, identidade e pertencimento. Na ocasião, 15 fotografias do município foram descritas pelo pioneiro, com o intuito de mostrar que a imagem era capaz de disparar o gatilho da memória e acrescentar novos dados para além daqueles compartilhados espontaneamente na primeira fase da entrevista, baseada em perguntas e respostas, sem a apresentação das fotografias (BONI; TEIXEIRA, 2014, p. 48, grifos dos autores).

As pesquisas com o uso da fotografia como disparadora do gatilho da memória têm se multiplicado com o advento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, cuja área de concentração é comunicação visual, e com a consolidação do Grupo de Pesquisa *Comunicação e História*. Pesquisas para a recuperação de dados e construção da história já foram realizadas em Apucarana (PR), Cambé (PR), Ivaiporã (PR), Londrina (PR), Santa Mercedes (SP) e Telêmaco Borba (PR). Outras estão em andamento em Iepê (SP) e Londrina (PR). Em Londrina, aliás, já foram realizadas diversas pesquisas pontuais e outras estão em andamento.

A aplicação da proposta metodológica foi objeto de pesquisa e se transformou em dissertação no mestrado em comunicação da UEL. Juliana de Oliveira Teixeira, a pesquisadora, elegeu Telêmaco Borba, sua cidade natal, para a aplicação, observação e ajustes na metodologia. Depois de cumprir com rigor científico todos os procedimentos metodológicos, ela conclui:

> Com o esforço feito, conlui-se que o método de utilização da fotografia como disparadora do gatilho da memória passa pelo crivo da ciência e sua sistematização. Se bem aplicada, transforma-se em uma eficiente ferramenta que merece ser incorporada à pesquisa em comunicação. Obviamente, os estudos não se encerram aqui – novas experiências estão por vir e, por meio de outras replicações e justificações, o método será gradativamente democratizado, contribuindo para a construção do conhecimento (TEIXEIRA, 2013, p. 193).

O advento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL passou a alterar, também, de forma significativa, a prevalência da palavra-chave "fotografia" e algumas de suas derivações no banco de teses e dissertações da Capes. Na pesquisa da Profa. Dra. Ana Taís Martins Portanova Barros, citada anterioremente neste texto, realizada entre 1999 e 2009, usando esta base como fonte, foram encontrados "65 estudos que tinham como palavra-chave o termo 'fotografia', mas somente 16 tratavam de sua epistemologia". Em levantamento recente,

no banco de dissertações do programa (www.uel.br/pos/mestradocomunicacao), os pesquisadores Paulo César Boni e Maria Luisa Hoffmann, constataram que:

> Das 55 dissertações defendidas de 2010 a 2014, oito trazem o termo 'fotografia' como palavra-chave; sete trazem 'fotografia e memória' e seis trazem 'fotojornalismo'. Outras palavras-chave como 'imagem', 'documentos iconográficos', 'comunicação visual', 'linguagem visual' e 'fotoassessorismo' (neologismo criado no curso) também aparecem, mas com menos constância (BONI; HOFFMANN, 2014, no prelo).

Um dos exponenciais difusores da produção acadêmica da UEL tem sido *Grupo de Pesquisa Fotografia* da Intercom. Seus pesquisadores são nucleados e participantes ativos, como é o caso de Maria Luisa Hoffmann e Fabiana Aline Alves, há seis anos consecutivos apresentando trabalhos no grupo. Em 2014, quatro mestrandos em comunicação da instituição estão apresentando trabalhos. Muitos estudantes vieram de outras instituições e para elas retornaram depois de obterem o título de mestre. Com isso, pesquisadores de fotografia estão se espalhando por instituições de ensino superior de diversos estados do país e a UEL está se consolidando como um "celeiro" da pesquisa e da formação de pesquisadores em fotografia no Brasil. Talvez, a formação de um "núcleo duro" de pesquisa em fotografia contribua para a resolução de um dos mais sérios e duradouros

problemas da comunicação: a falta de metodologias e diretrizes teóricas.

Interfaces e desafios do *GP Fotografia* da Intercom

Além de ser um espaço plural para a exposição e compartilhamento de conhecimentos sobre fotografia, seja ela de sua vertente mais objetiva – como o fotojornalismo e o fotodocumentarismo –, seja de sua vertente mais subjetiva – como a autoral ou de manifestações artísticas –, ou ainda de apresentação de novas teorias ou propostas metodológicas, o *Grupo de Pesquisa Fotografia* trabalha no sentido de responder e, se possível, vencer dois grandes desafios: a construção de métodos e teorias aderentes ou próprias da comunicação e a formação de um corpo consistente e relevante de autores nacionais sobre fotografia.

No campo da comunicação, por enquanto, a problemática metodológica se impõe. Por ser um campo relativamente novo, os pesquisadores utilizam diretrizes de outras áreas para obter seus resultados, ou seja, não há uma metodologia própria. Em países da Europa, como França e Alemanha, a área não é consolidada como autônoma. Pensadores provêm de outras áreas como sociologia ou antropologia.

> Não há nenhuma teoria da comunicação. Nem aqui, no Brasil, nem no mundo. A área da comunicação ainda não goza do estatuto de ciên-

> cia porque até o momento ainda não definiu seu objeto, ainda não se debruçou sobre ele, ainda não pesquisou a comunicação. [...] até hoje ainda não começamos a estudar a comunicação propriamente dita, isto é, como recebemos aquilo que é a nós dirigido, como digerimos isso, que efeitos isso provoca em cada um de nós individualmente, em suma, o que se passa nesse momento em que está supostamente acontecendo um fenômeno comunicacional. Essa pesquisa ainda não existe (MARCONDES FILHO, 2010, meio eletrônico).

O método acaba se definindo a partir do objeto de estudo e não sob sua perspectiva. Alguns pesquisadores estudam através do viés sociológico, antropológico ou psicológico. Propostas e técnicas inovadoras, como a do uso da fotografia como disparadora do gatilho da memória, mesmo aliada à história oral, devem ser, dessa maneira, consideradas, trabalhadas e utilizadas.

No que diz respeito à formação de um corpo consistente de autores nacionais sobre fotografia, muito tem sido feito desde maio de 2007, quando, em palestra sobre fotografia, proferida na abertura do I Encontro Nacional de Estudos da Imagem (Eneimagem), realizado na Universidade Estadual de Londrina (UEL), a Profa. Dra. Annateresa Fabris, da Universidade de São Paulo (USP), autora de importantes livros sobre fotografia, citou 16 referenciais teóricos. Todos estrangeiros. Será que nenhum autor ou pesquisador brasileiro que merece citação?!

Essa circunstância preocupante foi levada a debate no Grupo de Pesquisa *Comunicação e História*. Decidimos mapear e entrar em contato com os pesquisadores de fotografia de várias instituições de ensino superior do país para promovermos a interinstitucionalização e a solidariedade acadêmica. Percebemos que o fórum mais adequado para a troca de experiências seria o *GP Fotografia* da Intercom. Não por acaso, em 2009, no Intercom de Curitiba (PR), o grupo bateu dois recordes: o de trabalhos apresentados e o de pesquisadores paranaenses apresentando trabalhos.

O ponto alto desse trabalho interinstitucional deu-se em 2013, quando, com cinco trabalhos apresentados no *GP Fotografia* da Intercom de Manaus (AM) e outros inéditos, foi encaminhado um projeto para concorrer a um Edital da Funarte. Este projeto reuniu contribuições inéditas de pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Estadual de Londrina (UEL), Universidade do Centro-Oeste do Paraná (Unicentro), Universidade de São Paulo (USP), Faculdade Cásper Líbero (FCL), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e Universidade de Brasília (UnB) e, em dezembro de 2013, foi contemplado com o XIII Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia, na categoria Produção de Reflexão Crítica sobre Fotografia.

Resultado deste projeto foi a publicação, em 2014, do livro *Fotografia: usos, repercussões e reflexões*, que reúne contribuições de pesquisadores e professores que

estimulam o leitor a refletir sobre a linguagem e a estética fotográfica, além de propostas metodológicas inéditas de pesquisa, coleta e análise fotográfica. Além de trazer novos conhecimentos, o livro está se constituindo em ferramenta auxiliar de ensino em sala de aula e importante fonte de pesquisa para a produção de novos conhecimentos sobre fotografia, tanto em cursos de graduação quanto de pós-graduação *Lato sensu* e *Stricto sensu*, pois foi encaminhado para as bibliotecas de todos os cursos de comunicação social e artes do país e para um *mailing* com profissionais do mercado de trabalho, pesquisadores e professores de fotografia, além de estar disponível para acesso e *download* gratuito no Google Books.

Em 2014, um novo projeto foi encaminhado para concorrer ao Edital da Funarte e, novamente, trabalhos apresentados no grupo fazem parte do projeto. A soma dessas estratégias evidenciam: primeiro – canalizar para o *GP Fotografia* da Intercom o relato de experiências de pesquisa de pesquisadores do maior número possível de instituições de ensino superior do país; segundo – reunir, sistematizar e publicar os materiais mais contributivos para o estudo da fotografia, da comunicação e das áreas de humanidades e ciências sociais aplicadas; terceiro – democratizar esses conhecimentos por meio da publicação de livros, de preferência com distribuição gratuita, e sua disponibilização para consultas e *downloads* na rede mundial de computadores.

Com essas estratégias, e com o empenho dos pesquisadores do *GP Fotografia*, em particular, e da comunicação, como um todo, quem sabe, a comunicação passe a

ter teorias e metodologias próprias e a fotografia passe a ter autores nacionais cada vez mais citados em palestras e trabalhos acadêmicos, de TCCs de graduação a teses de doutoramento. Sabemos que existe um longo caminho pela frente, mas o importante é que sabemos o rumo, conhecemos os atalhos e contamos com um time de pesquisadores aguerridos, que se renova e fortalece a cada congresso da Intercom.

Referências:

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Fotografia, olho do Pai. In: BONI, Paulo César (Org.). **Fotografia:** usos, repercussões e reflexões. Londrina: Midiograf, 2014. p. 25-42.

BONI, Paulo César. A imagem e sua (possível) influência no comportamento da sociedade. In: HENNING, Leoni Maria Padilha; ABUD, Maria Luiz Macedo Abbud (Orgs.). **Violência, indisciplina e educação**. Londrina: Eduel, 2010. p.227-238.

BONI, Paulo César; TEIXEIRA, Juliana de Oliveira. A proposta metodológica do uso da fotografia como disparadora do gatilho da memória. In: BONI, Paulo César (Org.). **Fotografia:** usos, repercussões e reflexões. Londrina: Midiograf, 2014. p. 43-65.

BONI, Paulo César; HOFFMANN, Maria Luisa. Pesquisa e geração de conhecimentos em fotografia: um longo cami-

nho a percorrer. In: HOFFMANN, Maria Luisa. **A Fotografia na Academia:** de criadora de imaginários coletivos a fonte de pesquisa. Londrina: Midiograf, 2014 (no prelo).

GOVEIA, Fábio Gomes; CARREIRA, Lia Scarton. Fotografia e *Big Data*: implicações metodológicas. In: BONI, Paulo César (Org.). **Fotografia:** usos, repercussões e reflexões. Londrina: Midiograf, 2014. p. 97-112.

HOFFMANN, Maria Luisa. **"Londrina Memória Viva":** novas perspectivas sobre Fotografia e História no Facebook. Anais do GP Fotografia do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Informação. Foz do Iguaçu, 2 a 5 de setembro de 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. Entrevista concecida ao site Canal Comum. Disponível em: http://canalcomum.com.br/2010_entrevista_detail.php?item=162. Acesso em: 9 nov. 2010.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência. **Discursos Fotográficos**, Londrina, v. 8, n. 12, p. 31-52, jan./jun. 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. 2. ed. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TEIXEIRA, Juliana de Oliveira. **A proposta metodológica da fotografia como disparadora do gatilho da**

memória: aplicação à história de Telêmaco Borba – PR (1950-1969). 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina.

VASQUEZ, Pedro Afonso. **Fotografia escrita:** nove ensaios sobre a produção fotográfica no Brasil. Rio de Janeiro: Senac, 2012.

Capítulo 10

Pesquisa em rádio no Brasil – o protagonismo do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom

Nair Prata[1]

A pesquisa em rádio pode ser apontada hoje como uma das áreas mais produtivas e mais consolidadas do campo da Comunicação brasileiro, apesar do seu início tardio. O protagonismo se deve, principalmente, ao Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, que atua como catalizador da área, reunindo as principais publicações e os principais teóricos e pesquisadores do tema[2].

1. Jornalista, doutora em Linguística Aplicada (UFMG), professora adjunta da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora administrativa da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom.

2. Este texto se vale das informações e dados de duas pesquisas: "Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom – 20

1. Breve histórico da pesquisa em rádio no Brasil

A pesquisa em rádio no Brasil teve seu início efetivo nos anos 1980. Até então, as produções eram isoladas, capitaneadas principalmente por profissionais da comunicação. Em 1991, a criação de um grupo, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), com o objetivo de pesquisar exclusivamente o rádio, catapultou a área como lócus privilegiado de investigação.

Moreira (2005) lembra que, até a década de 1970, "a maioria dos livros, ensaios e artigos publicados sobre a radiodifusão nacional tinha como autores profissionais atuantes, pioneiros do meio ou interessados na técnica da transmissão eletrônica de áudio" (p. 124). Segundo ainda a autora, "dos relatos baseados na memória particular o campo evoluiu para pesquisas de base histórica e alguma análise sociológica. Os estudos radiofônicos se ampliaram – incluindo temas como análise de conteúdo, de gêneros, avaliação de personagens, recursos de tecnologia – a partir da década de 1990" (p. 125).

Del Bianco e Zuculoto (1997) destacam que, além da criação do grupo, o aumento da pesquisa em rádio, no Brasil, se deu também a uma espécie de redescoberta

---

anos" (http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/1-nair--prata.pdf), de minha autoria e "Teóricos e pesquisadores de rádio no Brasil" (http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-0507-1.pdf), produzida em conjunto com Izani Mustafá e Sônia Pessoa.

dos recursos radiofônicos, com a proliferação de novos gêneros e à popularização das rádios livres, colocadas no ar sem permissão oficial. Moreira (2005) divide os trabalhos sobre o rádio, no Brasil, em três fases: na primeira etapa estão as pesquisas relacionadas às décadas de 40 e 50, quando predominaram os manuais de redação como registros impressos sobre o rádio; a segunda fase remete às décadas de 60, 70 e 80, com os livros-depoimento e, por fim, a terceira etapa, com os trabalhos de produção acadêmica, característicos da década de 90 do século passado, para cá, que nada mais seriam do que o reflexo da percepção social sobre o meio rádio.

Neste início do século XXI, as pesquisas brasileiras sobre o rádio estão concentradas, principalmente: 1) Nas investigações e publicações do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom e do Grupo de Trabalho História do Rádio da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia; 2) No trabalho desenvolvido pelos grupos de pesquisa alocados em universidades. No Diretório dos Grupos registrados no CNPq, há pelo menos 40 grupos que têm a mídia rádio como palavra-chave; 3) E, em menor número, pela ação de pesquisadores que atuam de forma isolada, geralmente profissionais do rádio.

2. Trajetória e atuação do GP Rádio e Mídia Sonora

A Intercom foi fundada em 1977 e, até 2013, realizou 36 congressos anuais, de âmbito nacional. Os grupos de pesquisa com foco em áreas específicas passaram

a funcionar a partir de 1991, os chamados Grupos de Trabalho (GTs). Em 2000, foi feita uma reestruturação dos GTs, com a criação dos Núcleos de Pesquisa. Em 2008, foram criadas as divisões temáticas, "com a finalidade de reunir pesquisadores interessados em temáticas dotadas de legitimação acadêmico-profissional ou que representam objetos demandando elucidação teórico-metodológica"[3].

Ao longo dos seus 23 anos, o grupo de rádio da Intercom teve denominações diferentes, de acordo com as diretrizes da entidade: Grupo de Trabalho Pesquisa em Rádio (1991), Grupo de Trabalho Rádio: História, Gêneros e Linguagem (1992 a 1993), Grupo de Trabalho Rádio (1994 a 2000), Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora (2001 a 2008), Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora (2009 aos dias atuais).

O grupo tem a sua atuação definida pela seguinte ementa: "Abrange estudos, dentro de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas, a respeito do rádio – em suas manifestações comercial, estatal e pública, incluindo abordagens educativas e comunitárias – e de outras mídias sonoras, preocupando-se com aspectos como a teoria, a linguagem, as técnicas, o mercado, a história, a ética, a arte, a programação, a produção, a recepção, a experimentação e os conteúdos de jorna-

3. Fonte: Normas Regimentais dos Grupos de Pesquisa da Intercom: http://intercom2.tecnologia.ws/images/stories/Normas_Regimentais_dos_Grupos_de_Pesquisas.pdf. Data de acesso: 30/06/2011.

lismo, publicitários e de entretenimento. Compreende, ainda, pesquisas a respeito da música como manifestação comunicativa, da fonografia e das diversas formas de utilização do áudio em ambientes multimídia ou não, trabalhando as questões da sonoridade em sua ampla gama de manifestações como fenômeno comunicacional".

Em 23 anos, o grupo teve sete coordenadores, com mandatos de duração variada: Dóris Fagundes Haussen (1991-1993), Sônia Virgínia Moreira (1994), Nélia Del Bianco (1995-1999), Sônia Virgínia Moreira (2000-2002), Eduardo Meditsch (2003-2004), Mágda Cunha (2005-2006), Luiz Artur Ferraretto (2007-2010) e Nair Prata (2011-atual).

Alguns fatos interessantes da história do grupo merecem ser relembrados. Antes de completar dez anos, em 2000, o GP já se destacava por sua atuação. Naquele ano, na gestão de Nélia Del Bianco, recebeu o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Grupo Inovador. É o único grupo da Intercom agraciado com tal distinção e reconhecimento: "Foi escolhido por seu protagonismo no período 1991-1999, reunindo cerca de 50 pesquisadores em todo o país. Com uma produção de 116 trabalhos apresentados durante a década de 90 nos congressos anuais da Intercom [...]"[4].

4. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. XXIII nº 2 jul-dez/2000, p. 217.

A partir de 2003, na gestão de Eduardo Meditsch, foi criada uma lista do grupo na internet, uma forma de interação rápida, eficiente e que trouxe grandes benefícios para a comunicação entre os participantes. Hoje, o e-mail da lista é intercomradio@yahoogrupos.com.br e a troca de mensagens é quase sempre diária, às vezes com debates acalorados, mas respeitosos, sobre os variados temas que envolvem a radiofonia. O grupo possui perfis no Facebook (https://www.facebook.com/intercom.radio) e Twitter (@intercomradio). E, na coordenação de Nair Prata, em comemoração aos 90 anos do rádio no país, o grupo decidiu organizar um amplo projeto coletivo para criação do Portal do Rádio, um site acadêmico com informações variadas sobre a radiofonia. Durante um ano, uma equipe de mais de 30 pesquisadores se debruçou na coleta e produção de dados e, em setembro de 2012, o site foi lançado (http://www.portaldoradio-intercom.ufba.br) e hoje reúne artigos, áudios, vídeos, e-books, entrevistas e uma bibliografia bastante completa sobre o rádio.

Em 2007, durante a reunião anual do GP, no congresso de Santos, na gestão de Luiz Artur Ferraretto, nasceu um dos mais audaciosos e inéditos projetos de um grupo de pesquisa da Intercom: a *Carta dos Pesquisadores de Rádio e Mídia Sonora do Brasil.* A partir de uma ideia de Ricardo Medeiros, o grupo decidiu questionar o Ministério das Comunicações acerca da tecnologia e dos métodos que seriam utilizados na implantação do rádio

digital no Brasil. A *Carta dos Pesquisadores* foi assinada por 72 pesquisadores de 14 Estados brasileiros e amplamente divulgada em todo o país.

O movimento culminou com um encontro, em Brasília, em 13 de dezembro de 2007, entre o então ministro das Comunicações Hélio Costa e uma comissão formada por três professores escolhidos pelo grupo (Luiz Artur Ferraretto, Nair Prata e Nélia Del Bianco). Na reunião, o ministro, cercado de assessores, deu várias explicações de ordem técnica sobre o rádio digital e ouviu da comissão a preocupação acerca da tecnologia e dos métodos que poderiam ser utilizados no processo.

Um ano depois, no dia 21 de dezembro de 2008, depois de ser cobrado sobre a lentidão do processo de implantação do rádio digital, o ministro Hélio Costa publicou um artigo no jornal *Estado de Minas*, intitulado *E o rádio digital? Uma análise responsável*, reconhecendo as dificuldades para colocar em funcionamento no Brasil a nova tecnologia e citando nominalmente o GP: "... Assim, ao contrário do que diz um e-mail divulgado pelo Núcleo de Pesquisa de Rádio e Mídia, e citado pela articulista Nair Prata no *Estado de Minas*, o Minicom não propôs qualquer parceria com a empresa americana IBiquity...". Provavelmente, é o único grupo de pesquisa da Intercom que fez uma cobrança – e obteve uma resposta – de um ministro.

Nas comemorações dos 20 anos do GP, em 2011, o grupo realizou, no congresso da Intercom, em Recife, o seminário "O futuro do rádio", com o objetivo de debater as tendências e perspectivas tanto para a radiofonia,

quanto para a pesquisa na área. Sob a coordenação de Nair Prata, o grupo obteve patrocínio para o evento[5] e levou a Recife o pesquisador espanhol Mariano Cebrián Herreros, que falou sobre o tema "La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones"[6]. Também participou do seminário o presidente da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Emanuel Carneiro, num encontro inédito entre academia e empresariado[7].

Ainda em 2011, o grupo produziu uma série de programas e entrevistas especiais em comemoração aos 70 anos da primeira emissão do *Repórter Esso*. A série[8], coordenada por Maria Cláudia Santos, teve intensa repercussão em todo o país, pois o GP disponibilizou material inédito e de qualidade para *download* gratuito. Um breve balanço aponta: a agência RadioWeb colocou o material à disposição das emissoras de todo o país e foram registrados 1.871 aproveitamentos, correspondendo a mais de 46 horas de exposição. O material foi veiculado

5. O evento foi patrocinado pela Confederação Nacional dos Transportes (CNT).

6. A íntegra da palestra está publicada em http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/2-cebrian-herreros-esp.pdf

7. A íntegra da palestra "O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro" está disponível em http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/2-cebrian-herreros-esp.pdf

8. A série está disponível em http://blogintercomradio.wordpress.com/especial-reporter-esso

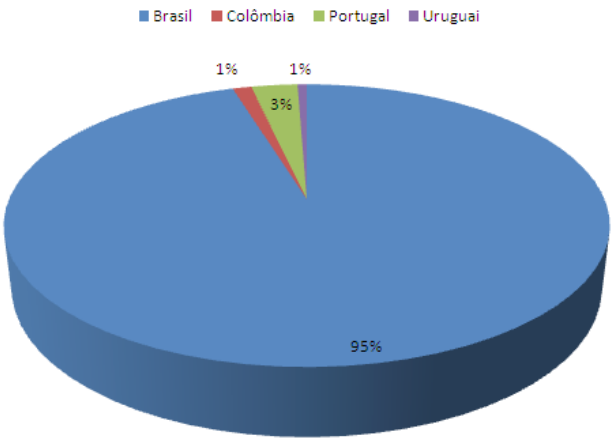
por 702 emissoras, localizadas em 579 municípios. No período entre 19 e 28 de agosto, outra agência, a Radio2, colocou à disposição das emissoras a série produzida pelo GP e 153 rádios baixaram o material, cobrindo 628 praças. Ao todo foram 753 *downloads*. A Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) disponibilizou a série no site da entidade e foram feitos 941 *downloads*. O blog do grupo teve 1.532 visualizações em agosto de 2011. Foi o mês com o maior número de acessos, tendo sido registradas 256 visualizações em um só dia. Recebemos mais de 200 alertas Google com a palavra *Repórter Esso* em agosto/2011, com referências ao material produzido pelo GP.

De acordo com as Normas Regimentais dos Grupos de Pesquisa da Intercom[9], "os grupos são constituídos por, no mínimo, 20 pesquisadores atuantes em, pelo menos, três regiões do país". A lista dos participantes do grupo contabiliza 272 membros[10].

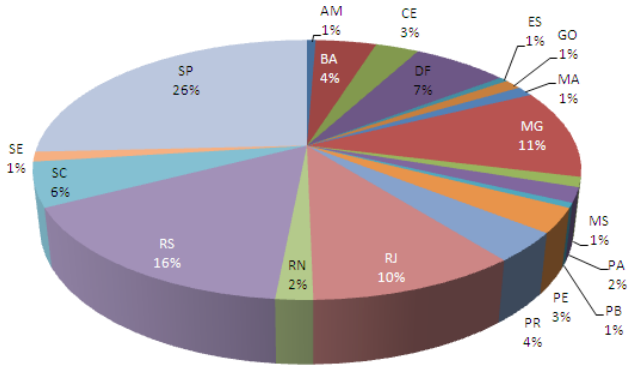
Em 2014, o grupo deu início a um cadastramento para conhecer os pesquisadores de rádio do país. O cadastro tem, atualmente, 171 nomes. Destes, 95% são residentes no Brasil, mas há pesquisadores também da Colômbia, Portugal e Uruguai.

9. http://www.portalintercom.org.br/images/stories/Normas_Regimentais_dos_Grupos_de_Pesquisas.pdf. Data de acesso: 30/06/2011.

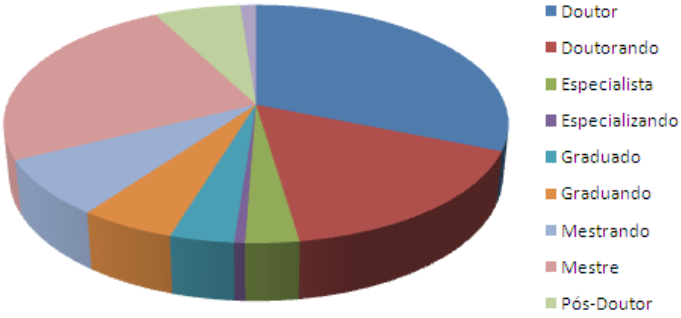
10. Lista dos participantes no Yahoo Grupos, acessada em 14/07/2014.



Os estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro abrigam o maior número de pesquisadores em rádio, como mostra o gráfico a seguir:



A titulação dos pesquisadores pode ser resumida da seguinte forma: doutor (53), doutorando (28), especialista (5), especializando (1), graduado (6), graduando (9), mestrando (13), mestre (42), pós-doutor (11) e pós-doutorando (2), ou seja, são 66 pesquisadores de rádio com Doutorado. O gráfico a seguir permite uma visualização mais clara:



A planilha também oferece campos para as três palavras-chave que definem a área de investigação do pesquisador de rádio. A nuvem de palavras, no gráfico a seguir, permite uma visualização dos termos de maior destaque:

O Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora é, provavelmente, o GP mais produtivo da Intercom no tocante às pesquisas coletivas, isto é, abertas à participação de todos os interessados e com investigações relevantes efetivamente publicadas. Nestes 23 anos do GP, podemos elencar 18 grandes produções coletivas do grupo, apresentadas aqui pela ordem cronológica de edição (e ainda mais uma produção que será publicada em 2014): 1) MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Rádio e pânico: a Guerra dos mundos, 60 anos depois*. Florianópolis: Insular, 1998; 2) DEL BIANCO, Nélia R e MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). *Rádio no Brasil; tendências e perspectivas.* Rio de Janeiro: EdUERJ;

Brasília, DF: UnB, 1999; 3) MOREIRA, Sonia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo/ Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/ Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2001; 4) HAUSSEN, Dóris Fagundes e CUNHA, Mágda (Org.). *Rádio brasileiro: episódios e personagens*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2003; 5) BAUM, Ana (Org.). *Vargas, agosto de 54: a história contada pelas ondas do rádio*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004; 6) MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005, v. 1; 7) GOLIN, Cida e ABREU, João Batista de. *Batalha sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2006; 8) MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2; 9) KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair (Org.). *História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de Norte a Sul do Brasil*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2009; 10) FERRARETTO, Luiz Artur e KLÖCKNER, Luciano (Org.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2010; 11) VICENTE, Eduardo e GUERRINI JÚNIOR, Irineu (Org.). *Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010; 12) KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair (Org.). *Mídia sonora em 4 dimensões*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2011; 13) PRATA, Nair (Org.). *Panorama do rádio no Brasil*.

Florianópolis: Editora Insular, 2011; 14) MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). *70 anos de Radiojornalismo no Brasil.* Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011; 15) DEL BIANCO, Nélia. *O Rádio na era da convergência*. São Paulo: Intercom, 2012; 16) PRATA, Nair e SANTOS, Maria Cláudia. *Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro.* Florianópolis: Insular, 2012; 17) RANGEL, Patrícia e GUERRA, Márcio. *O Rádio e as Copas do Mundo.* Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012; 18) MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Rádio e Pânico 2 – A Guerra dos Mundos, 75 anos depois*. Florianópolis: Insular, 2013 e, para publicação em 2014: 19) GOBBI, Juliana e MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Produção de Programas de Rádio: o roteiro, a direção.* Florianópolis: Insular, 2014.

Nas sessões do GP, nos congressos da Intercom, já foram apresentados 589 artigos. A lista de todos eles, com autores, resumo e palavras-chave, está publicada no Portal do Rádio. Nessas sessões, se apresentaram 297 autores diferentes, cada um com um número variado de trabalhos. A pesquisadora mais produtiva é a fundadora do grupo, Dóris Fagundes Haussen, com 17 textos. Em seguida, aparecem Mágda Rodrigues da Cunha, Nair Prata e Valci Regina Mousquer Zuculoto, com 16 artigos cada uma e Nélia Del Bianco, com 15 trabalhos. A lista completa dos autores e o respectivo número de trabalhos apresentados no GP pode ser conferida no quadro a seguir:

Nº de textos	Pesquisador
17	Dóris Fagundes Haussen
16	Mágda Rodrigues da Cunha, Nair Prata, Valci Regina Mousquer Zuculoto
15	Nélia Del Bianco
14	Antonio Adami
12	Ana Baumworcel, Luiz Artur Ferraretto
11	Luciano Klöckner, Mauro José Rego Costa, Sonia Caldas Pessoa
10	Andrea Pinheiro, Júlia Lúcia de Oliveira A. da Silva, Sonia Virginia Moreira
9	Alvaro Bufarah Junior, Moacir Barbosa de Sousa, Sandra Garcia
8	Eduardo Barreto Vianna Meditsch, Marcos Júlio Sergl, Wanir Campelo
7	Marcelo Kischinhevsky
6	Antonio Francisco Magnoni, Gisele Sayeg Nunes Ferreira, João Baptista de Abreu Junior. José Eduardo Ribeiro de Paiva, José Eugenio de Oliveira Menezes, Marta Regina Maia, Mozahir Salomão Bruck, Raimundo Nonato de Lima
5	Carmen Lúcia José, Cida Golin, Daniela Carvalho Monteiro Ferreira, Debora Cristina Lopez, Delma E. Perdomo Deniz, Eduardo Vicente, Flávia Bazan Bespalhok, Irineu Guerrini Jr., Izani Mustafa, Lia Calabre, Luiz Maranhão Filho, Paula Marques de Carvalho
4	Adriana Ruschel Duval, Ayêska Paulafreitas, Carlos Eduardo Esch, Claudia Irene de Quadros, Edgard Patrício, Graziela Bianchi, Juliana Cristina Gobbi Betti, Luciana Miranda Costa, Magaly Parreira do Prado, Mirna Tonus, Patrícia Rangel Moreira Bezerra, Sergio Endler, Vera Lucia Spacil Raddatz
3	Bruno Araujo Torres, Daniel Gambaro, Dulce Márcia Cruz, Edilene Mafra Mendes de Oliveira, Elisangela Ribas Godoy, Goretti Maria Sampaio de Freitas, Graziela Mello Vianna, Hugo Vela, Ismar Capistrano Costa Filho, Leandro Ramires Comassetto, Lenize Villaça Cardoso, Lilian Martins Zaremba da Camara, Luciane Ribeiro do Valle, Macello Santos de Medeiros, Marcelo Freire Pereira de Souza, Márcia Vidal Nunes, Maria Claudia dos Santos Pinto, Ricardo Pavan, Waldiane Fialho
2	Adriana Gomes Ribeiro, Adriano Lopes Gomes, Alda de Almeida, Ana Luisa Zaniboni Gomes, Ana Rosa Gomes Cabello, Ângela de Moura, Angela Maria Zamin, Antonio Pedro Tota, Carlos Eduardo de Moraes Dias, César Augusto Azevedo dos Santos, Clóvis Reis, Daniel Gohn, Edison Delmiro Silva, Ellis Regina Araujo da Silva, Francisco de Moura Pinheiro, Gilson Luiz Piber da Silva, Gisela Swetlana Ortriwano, Irani Gomes de Lima, João Brito, José Mário S. Guedes, Juliana Lúcia, Lena Benzecry, Lívia Moreira Barroso, Luiz Antonio Veloso Siqueira, Manoela Mendes Moura, Marcelo Cardoso, Mariângela Sólla López, Micael Herschmann, Mirian Redin de Quadros, Mirna Spritzer, Mônica

2	Panis Kaseker, Néli Alves Pereira, Norma Maria Meireles Macêdo Mafaldo, Paulo Sérgio Tomaziello, Pedro Serico Vaz, Filho, Raquel Porto Alegre dos Santos Alves, Ricardo Leandro de Medeiros, Rodolfo Dantas Soares, Rodrigo Manzano, Rosane Maria Albino Steinbrenner, Rúbia de Oliveira Vasques, Sabrina Brognoli d'Aquino, Sandra de Deus, Simone Luci Pereira, Thays Renata Poletto, Vera Lucia Leite Lopes
1	Adriana Corrêa Silva Porto, Alessandra Dantas, Alexandre Sperandéo Fenerich, Alice Nader Fossa, Alisson Castro Geremias, Ana Carolina Almeida, Ana Maria Melech, Anaelson Leandro de Sousa, Anderson Luís da Silveira, André Pase, Ângelo Augusto Ribeiro, Antonio Carlos Xavier, Antonio Guilherme Schmitz Filho, Antunes Severo, Arnaldo Zimmermann, Athos Eichler Cardoso, Bárbara Morsch Lipp, Brenda Parmeggiani, Brunella Lago Velloso, Bruno Domingues Micheletti, Camila Cornutti Barbosa, Camila Stefenon Bacchi, Carina Macedo Martini, Carla Reis Longhi, Carla Rodrigues, Carlos Eduardo Moraes Dias, Carolina Knob, Célia Maria Corrêa Pereira, Celsina Alves Favorito, Cicilia Maria Krohling Peruzzo, Ciro José Peixoto Pedroza, Cláudia Figueiredo Modesto, Claudia Mara Stapani Ruas, Cláudia Maria Arantes de Assis, Claudio Arpagaus Dotto, Cosette Espindola de Castro, Creso Soares Jr., Cristiana Karine N. Cardoso, Cristina Gislene Leiria, Daniela Maria Pereira de Souza, Danilo Fraga Dantas, Denise M. Cogo, Diego Weigelt, Ed Wilson Ferreira Araujo, Edgard Rebouças, Edileuza Soares, Edivânia Duarte Rodrigues, Eliana Cristina Tenório de Albuquerque, Elton Bruno Barbosa Pinheiro, Everton Darolt, Fabiana Gomes de Souza, Fabio de Carvalho Messa, Fabíola Carolina de Souza, Fabrícia Durieux Zucco, Fernanda Kieling Pedrazzi, Filomena Salemme, Flávio Paiva, Georgia Cynara Coelho de Souza Santana, Geraldo José Santiago, Gildésio Bomfim de Oliveira, Gustavo Guilherme Caetano Lopes, Heloisa de Araujo Duarte Valente, Heloisa Maria dos Santos Toledo, Henrique Sérgio Beltrão de Castro, Herom Vargas Silva, Iara Kozenieski, Ivete Cardoso do Carmo Roldão, Jacques Mick, Janaína Carvalho, Jandira Aparecida Alves de Rezende, Jane Mazzarino, Janine Marques Passini, Jefferson José Ribeiro de Moura, Jefferson Mickselly Silva Chagas, João Batista Neto Chamadoira , Joel Felipe Guindani, José Cardoso Ferrão Neto, José Carlos Maziero, José Jorge Tannus Júnior, Judite dos Santos Rosario, Juliana Miura, Kátia de Lourdes Fraga, Katia Teotônio de Castro, Leila Beatriz Ribeiro, Leonardo Gabriel de Marchi, Leyla Maria Portela Coimbra Thomé, Lídia Maria Marinho da Pureza Ramires, Ligia Maria Trigo de Souza, Lígia Teresinha Mousquer Zuculoto, Lilian Maria Farias de Lima Perosa, Liliane Bueno Souto Silva, Lúcia Helena Pierre, Luciana Amaral Praxedes, Luciane Trentin, Luciano Andrade Ribeiro, Luciene Belleboni, Luis Antônio Signates, Luiz Carlos Saroldi, Luiz Signates, Maicon Elias Kroth, Marcelo Dolabela, Marcelo Oliveira Goedert , Márcio de Oliveira Guerra, Márcio Leonardo Monteiro Costa, Marcos Antonio Rocha Baltar, Maria Carmen Romero, Maria da Conceição Viana Barcelos, Maria da Graça Kreisner, Maria do Socorro da Costa Viana, Maria Eugênia Turra Gastaldello, Maria Gutiérrez García, Maria Luiza Cardinale Baptista, Maria Mercedes Carvalho de Rodrigues, Marina Araújo Camelo, Marizandra Rutilli, Marize Souza Chicanel, Marlene Blois, Marluce Freire Lima Araújo, Marta Campos de Quadros, Maurício Nogueira Tavares, Max Lecher, Michele Cruz Vieira, Michele Wadja da Silva Farias, Militão Ricardo, Milton Gianonni, Mônica Cristine Fort, Monica Martinez, Natacha Lins Rodrigues, Nathália Cardoso Maciel, Nélcia Pinto, Nicolau Maranini, Olga Tavares, Orlando Maurício de Carvalho Berti, Oscar Enrique Bosetti, Otacílio José Ribeiro,

1	Pablo Cezar Laignier de Souza, Patricia Coelho da Costa, Patricia Thomaz, Paula Renata Camargo de Jesus, Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini, Paulo Sergio Borges, Pedro de Albuquerque Araujo, Pedro Ivo Martins Brandão, Priscila Ramos, Rachel Severo Alves Neuberger, Rakelly Calliari Schacht, Reginaldo Moreira, Ricardo Severo Machado, Robéria Nadia Araujo Nascimento, Roberta Baldo, Rodrigo Bomfim Oliveira, Rodrigo Carreiro, Rodrigo Fonseca Fernandes, Rômulo Assunção Araújo, Roscéli Kochhann, Roseli Trevisan Campos, Rosinete de Jesus Silva Ferreira, Sergio Carvalho, Sérgio Pinheiro da Silva, Sérgio R. Dillenburg, Sheila Borges de Oliveira, Sílvia Mugnatto Macedo, Simone Alcântara, Sonia Avallone, Suzana Reck Miranda, Tatiana Castro Mota, Tereza Cristina Tesser, Terezinha de Jesus Boteon, Ulysses do Nascimento Varela, Valério Cruz Brittos, Valmor Rhoden, Valquíria Guimarães da Silva, Venerando Ribeiro de Campos, Vera Lúcia Guimarães Rezende, Vera Lúcia R. Salles, Veridiana Pivetta de Mello, Wanderley Florêncio Garcia, Wilson Corrêa da Fonseca Junior

O grupo de rádio, na opinião dos ex-coordenadores

Os coordenadores do GP desempenham papel fundamental no processo histórico de constituição do grupo, pois é pelas mãos deles que se realiza e se efetiva toda a condução da complexidade da pesquisa em rádio. Os seis coordenadores que passaram pela gestão do grupo falaram sobre o papel do GP no cenário da pesquisa radiofônica, a importância do grupo e os desafios para o futuro[11].

1. Dóris Fagundes Haussen

Coordenou a implantação do grupo, em 1991, no congresso da Intercom realizado na PUC-RS. Na época,

11. As entrevistas com os ex-coordenadores foram feitas por e-mail, em fevereiro/2011. Somente com o prof. Luiz Artur Ferraretto a entrevista foi feita por telefone, em 16/02/2011.

convidou colegas do Sul do país, entre outros, para participarem da seleção de textos e envio de trabalhos, como Carlos Eduardo Esch, Eduardo Meditsch, Nélia Del Bianco, Sérgio Carvalho, Sérgio Endler e Sônia Virgínia Moreira. A professora explica que, inicialmente, os grupos não foram grandes, "mas de grande importância para começar a reunir os pesquisadores e debater o papel fundamental do rádio na sociedade brasileira. Tanto que os trabalhos preocuparam-se em registrar a história do veículo, que estava se perdendo". Na opinião da primeira coordenadora, o GP de Rádio e Mídia Sonora pode ser definido como "um grupo inovador, sério, valente e leve (sem ser leviano) ao mesmo tempo, o que considero uma grande qualidade no meio acadêmico". Dóris Haussen completa: "Penso que o GP tem uma grande relevância no país, no que se refere à pesquisa sobre a mídia sonora, e que o seu futuro será de aprimoramento e consolidação do que tem feito até aqui com tanta competência".

2. Sônia Virgínia Moreira

Propôs à Intercom a criação do grupo de pesquisa em rádio, em 1990, no congresso realizado no Rio de Janeiro, mas não foi a primeira coordenadora. Sobre o seu trabalho à frente do grupo, a professora destaca que foi um primeiro momento de reunião, de descoberta de interesses, da apresentação regular de estudos sobre o rádio, que constituiu assim a base para outros estudos. A professora destaca: "Mas, principalmente, foi a

descoberta gradual de um ambiente propício para projetos colaborativos. Isso fez do grupo, depois núcleo, agora grupo de novo, o mais produtivo entre aqueles constituídos sob o guarda-chuva institucional da Intercom".

A professora explica que, no contexto da importância do grupo para a pesquisa em rádio e mídia sonora do país, os pesquisadores do GP devem pensar sempre no macro, que é o status do meio no contexto maior do setor das comunicações. "Ainda que muitas vezes precisemos conhecer mais a fundo aspectos e segmentos do rádio, não há como dissociar o que fazemos desse contexto mais amplo. Só isso nos dá a dimensão real do significado, pertinência e usabilidade do nosso trabalho como pesquisadores desse campo". Sobre os caminhos do GP nos próximos anos, Sônia Virgínia Moreira destaca: "Creio que é enfrentar esse desafio de fazer conexões muito claras e precisas sobre a especificidade do objeto de estudo inserido no campo maior das comunicações. Convergência, marco legal e indústria de radiodifusão são três setores que merecem observação e investigação".

3. Nélia Del Bianco

"Talvez tenha sido o primeiro grupo de pesquisa de verdade da Intercom". Com esta afirmação, Nélia destaca o papel do GP Rádio e Mídia Sonora, lembrando que a proposta do grupo de desenvolver trabalhos coletivos, a partir de uma temática acordada coletivamente, não acontecia e ainda não acontece nos núcleos da Intercom. A professora detalha a contribuição do grupo para

a pesquisa em rádio e mídia sonora no país: visibilidade para um conjunto de pesquisadores; aumento da circulação de textos sobre rádio; melhoria da bibliografia na área na década de 90, especialmente, período em que havia carência de publicações e estudos; estímulo à realização de estudos e incentivo à capacitação dos integrantes. Na opinião de Nélia, nos próximos anos, o grupo deve "superar a fase de estudos históricos de caráter descritivo linear limitado, para discutir abordagens teóricas e metodológicas consistentes adequadas ao entendimento da linguagem, impacto do meio, interação com a sociedade e recepção, entre outros aspectos. Para isso precisa se apoiar mais fortemente nas teorias da comunicação e nas abordagens interdisciplinares.

A professora dá pistas sobre as temáticas que estão sendo discutidas internacionalmente e que podem ser objeto de pesquisa do GP: o lugar do rádio como um meio não visual no contexto de uma cultura de imagens; o papel do rádio na construção do imaginário e da identidade; a complementaridade entre as rádios hertzianas de rádio e web; os imperativos do mercado e da política econômica no setor da rádio; a fragmentação das audiências e as transformações no consumo de rádio; *audio-on-demand*; gêneros do rádio e o poder criativo do som (por exemplo, em informação, entretenimento, publicidade); rádio e os estímulos para a cidadania; o papel da interatividade na manutenção da relevância do rádio; o papel do rádio na prestação de serviço em momentos de catástrofes; quem é o ouvinte de rádio hoje, características, modo de vida e vínculos emocionais com o rádio.

4. Eduardo Meditsch

O professor faz questão de afirmar que não conhece nenhum ambiente melhor no meio acadêmico que o GP Rádio e Mídia Sonora: "é um lugar de colaboração, amizade, compreensão e apoio mútuo. O coletivo é muito forte, tem sabido valorizar as individualidades e podar as arrogâncias com muita sabedoria, até delicadeza, e tem escolhido coordenadores que mantêm sempre este espírito". Segundo Eduardo Meditsch, talvez o rádio tenha a grande vantagem de ser considerado menos importante, "por isso só atrai pesquisadores que amam o objeto, se identificam com ele e com os pares que têm a mesma paixão (ao contrário do que ocorre, por exemplo, no jornalismo, que atrai tanta gente que o odeia e odeia quem gosta dele)". O professor destaca: "o certo é que em nenhum outro setor da comunicação (que eu saiba, pelo menos), a teoria e a prática se respeitaram tanto, trocaram tanto, tiveram um casamento tão feliz".

Meditsch explica que o grupo desempenhou um papel central para esse *casamento* no Brasil: "foi sempre uma grande fonte de ajuda, de conhecimento e de inspiração para todos os que pensam em estudar rádio e mídia sonora". O professor lembra que o grupo foi o único GT da Intercom a receber o Prêmio Luiz Beltrão. "É o único grupo da Intercom que não se fez em torno de a ou de b, ou de ab, é um grupo aberto que se refaz em torno de um ideal. A sua contribuição para a ciência da comunicação é enorme, para a compreensão do rádio e da mídia sonora no Brasil, nos últimos anos, quase absoluta". Para o

professor, o grupo tem um grande desafio: "acompanhar, entender e ajudar a transição do rádio para o áudio digital, da mídia sonora no contexto da emergência da web como nova tecnologia intelectual que transforma não apenas a comunicação humana, mas a própria condição humana". Segundo ele, trata-se de "um desafio fascinante e um grande privilégio nosso ter um ambiente científico e social tão favorável para embarcar nessa nova fase".

5. Mágda Rodrigues Cunha

Antes de assumir a coordenação do grupo, em 2005, a professora Mágda Cunha atuou como coordenadora adjunta na gestão de Eduardo Meditsch. Ela avalia que seus dois períodos de gestão - tanto como adjunta, quanto como coordenadora - o grupo viveu uma transição para uma forma de organização ou auto-organização. "Organizamos a lista na internet; lançamos em 2003, na coordenação do Eduardo, o livro *Rádio no Brasil: episódios e personagens*, organizado pela Dóris Haussen e por mim. Depois, em 2005, quando eu estava na coordenação, foi lançado o primeiro *Teorias do Rádio: textos e contextos*, organizado pelo Eduardo".

A professora explica que, por ela, novos dirigentes tiveram caminho aberto para assumir o comando do grupo: "O fato de eu ter ajudado o Eduardo na coordenação antes, preparou o ingresso de um novo grupo na gestão. Imagina que um grupo que vinha sendo liderado pela Dóris, Sônia, Nélia e Eduardo precisava de uma transição para que nós, os novos, digamos assim, pudéssemos

assumir. É assim que considero o período, uma travessia para uma nova fase que acabou sendo diferente, com o suporte dos colegas fundadores, experientes, com uma pesquisa mais do significativa sobre o rádio". Mágda lembra que o grupo seguinte já chegou "com a ideia de observar o rádio no contexto das tecnologias, por exemplo. E isso ficou muito marcado, inevitavelmente, nos últimos quatro ou cinco anos". A professora avalia também que "a iniciativa do Eduardo de organizar o *Teorias I* e o *Teorias II* também consolidou essa transição. Conseguimos enxergar, por intermédio do rádio, as suas teorias. Foi fundamental. Por intermédio de todas as obras olhamos para a história, para o impacto, com o Guerra dos Mundos, para as personagens do rádio, para as teorias".

6. Luiz Artur Ferraretto

Coordenador do grupo por dois mandatos (quatro anos), Ferraretto faz um balanço das principais atividades desenvolvidas durante a sua gestão: reestruturação da lista em continuação ao trabalho iniciado por Eduardo Meditsch e continuado por Mágda Cunha; intensificação do processo de seleção dos textos com a utilização crescente de pareceristas; elaboração, a partir de sugestão de Ricardo Medeiros e com base no trabalho coordenado por Nélia Del Bianco, da *Carta dos Pesquisadores de Rádio*; continuidade das produções e publicações conjuntas; início de funcionamento do Conselho Consultivo (ex-coordenadores) e do Comitê Científico; início do processo de reuniões conjuntas com outros

grupos de pesquisa e incentivo à abertura para outros campos da mídia sonora.

Segundo Ferraretto, o grupo é marcado "pela interdisciplinaridade, variedade de pontos de vista e respeito a essa variedade. Isso faz com que o GP ganhe em produção, não só na quantidade, mas também na qualidade". Sobre a importância do grupo no cenário da pesquisa no país, o professor afirma: "Enquanto nós vemos uma série de universidades não respeitando a área de rádio, proporcionalmente nós temos mais quantidade de pesquisa em conjunto, mais pesquisa em grupo. O nosso grupo tem diversidade e se caracteriza por preservar o que foi conquistado, permitindo que novas pessoas se agreguem e sejam respeitadas". Para o professor, o desafio dos próximos anos é manter o que foi conquistado e ainda: "1) Maior rigor científico nas publicações e nas pesquisas, com a consolidação do campo de comunicação como um todo: "devemos nos cobrar sobre qual é a nossa base teórica dentro da comunicação, qual é a nossa corrente teórica, qual é a nossa metodologia como pesquisador. Fazer isso sem nariz empinado, sem inibir os novatos e 2) Depois de consolidar as interfaces dentro do país, buscar interfaces com outros países".

3. Pesquisa em rádio além da Intercom

Pesquisas sobre rádio também têm sido apresentadas para além da Intercom, em publicações variadas, em te-

ses e dissertações e em congressos diversos realizados no país. Os principais são:

a) Congressos da Rede Alcar

A Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) realizou nove congressos de âmbito nacional: 2003 (Rio de Janeiro/RJ), 2004 (Florianópolis/SC), 2005 (Novo Hamburgo/RS), 2006 (São Luís/MA), 2007 (São Paulo/SP), 2008 (Niterói/RJ), 2009 (Fortaleza/CE), 2011 (Guarapuava/PR) e 2013 (Ouro Preto/MG). Os trabalhos sobre rádio foram apresentados nas sessões do Grupo de Trabalho História da Mídia Sonora.

GT História da Mídia Sonora – Rede Alcar	
Ano	**Nº de trabalhos sobre rádio**
2003	3
2004	28
2005	31
2006	28
2007	24
2008	36
2009	25
2011	26
2013	43
Total de trabalhos: 244	

b) Congressos da Compós

A Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) realizou 20 congressos entre 1992 e 2011. Os anais desses congressos não estão disponíveis no acervo da Compós. A entidade não conta com Grupo de Trabalho (GT) ativo ou inativo específico sobre rádio. No mesmo período, a Compós publicou nove livros com os artigos selecionados pelos próprios participantes dos encontros anuais. Os livros reúnem, em média, dez artigos por ano, entre os mais de cem apresentados no congresso. Em 1993, 1994 e 1995, identificamos dois artigos por ano, que mencionam as palavras rádio, FM, música, horário eleitoral no rádio e na TV, e Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abert), mas nenhum deles tem o rádio como temática principal. No período 2000 a 2011, a pesquisa pela palavra-chave rádio foi feita nos anais disponíveis no site da Compós[12].

Compós	
Ano	**Nº de trabalhos sobre rádio**
2000	1
2002	2
2003	4

12. Os anais da Compós estão disponíveis em www.compos.org.br. A pesquisa contou com a colaboração e a sistematização dos dados no período 2000/2012 de Debora Cristina Lopez, da UFOP. Os dados do congresso de 2013 não estão incluídos nesta pesquisa.

2005	1
2006	1
2007	2
2008	2
2009	2
2010	4
2011	2
Total de trabalhos: 21	

c) Congressos da SBPJor[13]

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) foi fundada em 28 de novembro de 2003 e já realizou nove encontros nacionais[14]. Para a pesquisa deste trabalho, foi feito um levantamento dos artigos produzidos e apresentados nos eventos da entidade que tiveram como objeto de pesquisa o rádio, em suas diferentes abordagens. Verificou-se que o tema foi desenvolvido em 44 trabalhos, escritos por 33 pesquisadores de diferentes instituições do Brasil. No quadro a seguir pode-se observar o número de trabalhos apresentados em cada congresso:

13. As informações deste tópico foram retiradas do site da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), www.sbpjor.org.br, visitado em 27 de novembro de 2011.

14. Dados até 2011.

SBPJor	
Ano	**Nº de trabalhos sobre rádio**
2003	3
2004	8
2005	3
2006	3
2007	5
2008	6
2009	6
2010	5
2011	5
Total de trabalhos: 44	

d) Livros

A pesquisa em rádio se reflete na publicação de vários livros sobre o tema. Um levantamento realizado em conjunto pelo GP Rádio e Mídia Sonora aponta a existência de mais de 280 livros publicados por autores brasileiros:

1. ABDALLA, Clarice. *Encontro com a imprensa: o rádio lido*. Rio de Janeiro, RJ. Forense Universitária Editora.1991.
2. AGUIAR, Ronaldo Conde. *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.
3. AGUIAR, Ronaldo Conde. *As divas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2010.

4. ALCIDES, Jota. *PRA-8, o Rádio no Brasil.* Brasília: Fatorama, 1997.
5. ALMEIDA, Hamilton. *Padre Landell de Moura: um herói sem glória*. Rio de Janeiro: Record, 2006.
6. ALMEIDA, Milton José de. *Imagens e Sons – a nova cultura oral.* São Paulo: Cortez, 1994.
7. ALVES, Lourembergue. *O rádio no tempo da radionovela*. Cuiabá: EdUFMT, 1999.
8. AMARANTE, Maria Inês. *Rádio comunitária na escola. Adolescentes, dramaturgia e participação cidadã.* São Paulo: Intermeios, 2012.
9. ARAÚJO, Carlos Brasil de. *O escritor, a comunicação e o radiojornalismo*. Diretoria de Documentação da Câmara dos Deputados. Brasília, 1972.
10. ASSUMPÇÃO, Zeneida Alves de. *Radioescola: uma proposta para o ensino de primeiro grau*. São Paulo: Annablume, 1999.
11. ATHAYDES, Andréia; STOSCH, Sérgio. *A história do rádio porto-alegrense contada por quem a fez.* Canoas: Ed Ulbra, 2008.
12. AZEVÊDO, Sandra Raquewk dos Santos. *Gênero, Rádio & Educomunicação: caminhos entrelaçados*. João Pessoa: Editora Universitária, 2005.
13. BACK, Sylvio. *Rádio Auriverde (A FEB na Itália).* Curitiba: Governo do Estado do Paraná, Secretaria de Estado da Cultura, s/d.
14. BARBEIRO, Heródoto. *CBN Mundo Corporativo.* São Paulo: Futura, 2006.
15. BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de radiojornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

16. BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos – os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.
17. BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana (org.). *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004. (Comunicação-Estudos).
18. BARROS Nelci Moreira de. *Do rádio ilustrado à realidade virtual aumentada*. Florianópolis: Insular, 2007
19. BAUM, Ana (org.). *Vargas, agosto de 54: a história contada pelas ondas do rádio*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
20. BIRCH, Beverley. *Marconi e a Invenção do rádio*. Blumenau: EKO, 1994.
21. BORBA, Mauro. *Prezados ouvintes*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1996.
22. BRASIL, Carlos. *O Escrito, a comunicação e o radiojornalismo*. Brasília: Câmara dos Deputados, 1972.
23. Brasil. *Rádio Educativa no Brasil: um estudo*. Brasília: IPEA/IPLAN, 1976.
24. BRITO, Paulo. *Dás um banho - Roberto Alves, o rádio, o futebol e a cidade*. Florianópolis: Editora Insular, s/d.
25. BROCANELLI, R. *Rádio livre: breve história*. Rio de Janeiro: Fanzine Brujeria, 1996.
26. BUCCI, Eugênio. *Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
27. CABRAL, Sérgio. *A MPB na era do rádio*. São Paulo: Moderna, 1996.
28. CAFFÉ, M. *As cantoras do rádio - 50 anos de som e imagem da MPB*. Museu da imagem e do som: São Paulo, 1993.

29. CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
30. CALABRE, Lia. *O rádio na sintonia do tempo: radionovelas e cotidiano (1940-1946).* Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2006.
31. CANALITO, Jorge; LEME, Paulinho. *Rádio FM: Em Fortaleza é outra história.* Fortaleza: Prêmios Editora, 2007.
32. CARMINATTI JÚNIOR, Florentino. *Brasil, meio século de imprensa: a era de ouro do rádio reminiscências da cidade.* Florianópolis: Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 1996.
33. CARVALHO, André e MARTINS, Kao. *Habla, Señor*. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 1992.
34. CARVALHO, André. (coord.) *Manual de jornalismo em rádio: Itatiaia 610 AM*. Belo Horizonte: Armazém de Idéias Ltda, 1998.
35. CARVALHO, Juliano Mauricio de e MAGNONI, Antonio Francisco. *O novo radio*. São Paulo: Senac, 2010.
36. CASÉ, Rafael. *Programa Casé - O rádio começou aqui*. Mauad: Rio de Janeiro, 1995.
37. CÉSAR, Cyro. *Como falar no rádio: prática de locução AM e FM; dicas e toques.* São Paulo: Ibrasa, 1992.
38. CÉSAR, Cyro. *Rádio: a mídia da emoção*. São Paulo: Summus, 2005.
39. CÉSAR, Cyro. *Rádio: inspiração, transpiração e emoção*. São Paulo: Ibrasa, 1997.
40. CESARIO, Danilo Vieira et al. *Radionovela: a magia do passado encantando o presente*. Fortaleza: LCR, 2006.
41. CHAGAS, Genira. *Radiodifusão no Brasil. Poder, política, prestígio e influência.* São Paulo: Atlas, 2012.

42. COELHO NETO, Armando. *Rádio Comunitária não é Crime: direito de antena: o espectro eletromagnético como um bem difuso.* São Paulo: Ícone, 2002.
43. COELHO, Renato, COELHO Nely e RIBEIRO, Adriana. *Caderno de scripts da rádio MEC*. Rio de Janeiro: Soarmec, s/d.
44. COGO, Denise Maria. *No ar... uma rádio comunitária*. Coleção: Comunicação e Estudos, São Paulo: Paulinas, 1998.
45. COMASSETTO, Leandro Ramires. *A voz da aldeia – o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global.* Florianópolis: Insular, 2007.
46. COMEGNO Valdir. *Nas ondas da magia do Rádio*. ABR Editora, 2011.
47. CORAZZA, Helena. *Comunicação e relações de gênero em práticas radiofônicas*. São Paulo: Paulinas, 2000.
48. CORRÊA, Eli. *Segunda Pesquisa de audiência e avaliação do programa radiofônico - Atualidades agrícolas.* São Paulo: Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo, 1975.
49. COSTA, Eduardo e MARTINS, Kao. *Uma paixão chamada Itatiaia – 50 anos de história.* Belo Horizonte: Tamóios Editora Gráfica, 2002.
50. COSTA, Gilberto e NOLETO, Pedro. *Chamada à Ação: Manual do radialista que cobre educação.* Projeto Nordeste/Unicef. Brasília, 1997.
51. COSTA, João Ribas da. *Educação Fundamental pelo rádio*. São Paulo: Imprimatur, 1956.
52. COSTA, Maria Tereza P. da. *O Programa Gil Gomes: a justiça em ondas médias*. Campinas: Editora Unicamp, 1992.

53. COSTA, Mauro Sá Rego. *Rádio, Arte e Política*. EdUERJ, Rio de Janeiro, 2013.
54. COSTA, Osmani Ferreira da. *Rádio e Política: a aventura eleitoral de radialistas no século XX*. Londrina: EdUEL, 2005.
55. DEL BIANCO, Nelia (org.). *O rádio brasileiro na era da convergência*. São Paulo: Intercom, 2012.
56. DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro/ Brasília: Editora da UERJ/ Editora UnB, 1999.
57. DENARDI, Carol; MEDEIROS, Ricardo. *CBN Diário: uma luz no apagão*. Editora: Insular, 2007.
58. DILLEMBURG, Sérgio Roberto. *Os anos dourados do rádio em Porto Alegre*. Porto Alegre: Corag/ARI, 1990.
59. DILLENBURG, Sergio. *A força do rádio local*. Porto Alegre: Alternativa, 2007.
60. DOMINGUES, Heron. *Rádio Nacional - 20 anos de liderança a serviço do Brasil.* Rio de Janeiro: Rádio Nacional, 1956.
61. DUMMAR FILHO, João. *João Dummar: um pioneiro do rádio.* Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004.
62. ESPINHEIRA, Ariosto. *Rádio e Educação*. São Paulo: Melhoramentos, 1934.
63. ESTRELLA, MARIA. *Rádio Fluminense FM*. Rio de Janeiro: Editora Outras Letras, 2009.
64. FAOUR, Rodrigo. *Revista do Rádio: cultura, fuxicos e moral nos anos dourados.* Rio de Janeiro: Relume-Dumará: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2002.
65. FARIA, Álvaro Alves de. *Jovem Pan, 50 anos*. São Paulo: Maltese, 1994.

66. FARIA, Álvaro Alves de. *Jovem Pan-Sat, ano 2000*. São Paulo: Maltese, 1997.
67. FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da comunicação: rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
68. FELICE, Mauro de. *Jornalismo de rádio*. Brasília: Thesaurus Editora, 1981.
69. FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio - *O veículo, a história e a técnica*. 3. ed. Porto Alegre: Doravante, 2007.
70. FERRARETTO, Luiz Artur. (Org.); Klockner, Luciano (Org.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos.* Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2010. Vol. 1.
71. FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20.* Canoas: Editora da Ulbra, 2007.
72. FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais*. Canoas: Editora da Ulbra, 2002. 258 p.
73. FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, E. *Técnicas de redação radiofônica*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1992.
74. FERREIRA, Daniela Carvalho Monteiro e PAIVA, José Eduardo Ribeiro de. *O áudio na internet: uma orientação aos profissionais de comunicação e de tecnologia*. Uberlândia: Edibrás, 2008.
75. FERREIRA, Paulo Cesar. *Pilares via satélite: da Rádio Nacional à Rede Globo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
76. FESTA, Regina (Org.); SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil.* São Paulo: Paulinas, 1986.

77. FLORES, Moacyr. *A Radiodifusão no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Plátano, 1997.
78. FOGOLARI: Elide Maria. *Laboratório de Rádio: a arte de falar e ouvir*. São Paulo: Sepac/ Paulinas.
79. FORNARI, Ernani. *O "Incrível" Padre Landell de Moura: o brasileiro precursor das telecomunicações*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1984.
80. FOSSÁ, Maria Ivete; SILVEIRA, Ada; LISBÔA FILHO, Flavi (orgs). *Rádios: sociedade, fronteiras e educação*.1 ed.Santa Maria: Facos-UFSM, 2013.
81. FRIDERICHS, Bibiana de Paula. *Comunicação popular no rádio comercial*. Passo Fundo: UFP, 2002.
82. FROES, Hemilcio. *Véspera do Primeiro de Abril - ou nacionalistas x entreguistas*. Rio de Janeiro: Imago, 1993.
83. GALVANI, Walter. *Um século de poder: os bastidores da Caldas Júnior*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994.
84. GARCIA, Sandra. *Visagem. Espanto no rádio paraense*. Belém: Imprensa Oficial do Estado, 2012.
85. GIRARDI, Ilza; JACOBUS, Rodrigo (orgs). *Para fazer Rádio Comunitária com "C" maiúsculo*. Porto Alegre: Revolução de Ideias, 2009.
86. GOLDFEDER, M. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1981.
87. GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
88. GOLIN, Cida; ABREU, João Batista. (Org.). *Batalha Sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: Edipucrs, 2006.

89. GOMES, Ana Luisa Zamboni. *Tecendo redes no campo: a comunicação como ferramenta de desenvolvimento local.* Brasília: Núcleo de Estudos Agrários (NEAD), 2003.

90. GOMES, Ana Luisa Zaniboni. *Na boca do rádio: o radialista e as políticas públicas*. São Paulo: Aderaldo & Rothschild: Oboré, 2007.

91. GONÇALVES, Rui F. M. *Jornalismo e Valores. O Projecto Informativo TSF-Rádio Jornal (1988-1993)***.** Lisboa: Edinova, 1999.

92. GRAÇA, Marcio. *Rádio e TV.* São Paulo: Editora LCTE, 2006.

93. GRAMÁTICO, Dáurea. *Histórias de gente do rádio*. São Paulo: Ibrasa, 2002.

94. GRAMÁTICO, Dáurea. *Por dentro da Rádio Tupi - homenagem aos 70 anos da Super Rádio Tupi.* Rio de Janeiro: sem editora, apoio cultural FESP, 2005.

95. GRAMÁTICO, Dáurea. *Rádio em ação - jornalismo, música, serviço, agilidade e diversão: as muitas facetas de um veículo campeão de audiência*, Rio de Janeiro: Hama, 2008.

96. GRISA, Jairo Angelo. *Histórias de Ouvinte*. Itajaí: Univali, 2003.

97. GUERRA, Márcio. *Rádio X TV: o jogo da narração. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor.* Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012.

98. GUERRA, Márcio. *Você, ouvinte, é a nossa meta - A importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol.* Juiz de Fora: Editora Etc, 2000.

99. GUERRINI J, I. *A elite no ar: óperas, concertos e sinfonias na rádio Gazeta de São Paulo*. 1a.. ed. São Paulo: Terceira Margem, 2009. v. 1. 205p.

100. GUERRINI JR., I. *Túlio de Lemos e seus admiráveis roteiros. Rádio, arte e política*. São Paulo: Terceira Margem/FAPESP, 2013.

101. GURGEL, Amaral. *Segredos do rádio teatro*. Rio de Janeiro: Bruguera, s.d.

102. HAESER, Lúcio. *Continental: A Rádio Rebelde de Roberto Marinho*. Florianópolis: Insular, 2007.

103. HARTMANN, Jorge e MUELLER, Nelson (org.). *A comunicação pelo microfone*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

104. HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: EDPUCRS, 2001.

105. HAUSSEN, Doris; CUNHA, Magda (org.). *Rádio brasileiro: episódios e personagens*. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2003. (Comunicação, 29).

106. JAMBEIRO, Othon *et alli*. *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação*. Salvador: UFBA, 2004.

107. JORGE, Eliana Lobo de Andrade. *Rádio: Show da Manhã e Zé Bettio*. São Paulo: Idart, 1980.

108. JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

109. KAPLAN, S. (Org.). *O radiojornalismo renovado.* Petrópolis: Vozes, 1994.

110. KASEKER, Mônica Panis. Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações. Curitiba: Champagnat, 2012.

111. KISCHINHEVSKY, Marcelo. *O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiodifusão*. Rio de Janeiro: e-Papers, 2007.

112. KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha - orientações básicas sobre texto, reportagem e produção*. 1a.. ed. Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 1997.

113. KLÖCKNER, Luciano. *Nova Retórica e Rádio Informativo: estudo das programações das emissoras TSF - Portugal e CBN - São Paulo*. 1a. ed. Porto Alegre: Editora Evangraf, 2011.

114. KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso. A síntese radiofônica que fez história*. Porto Alegre: AGE e Edipucrs, 2008.

115. KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história* - 2ª Edição Comemorativa dos 70 anos. 2ª. ed. Porto Alegre: Editora da PUCRS - EDIPUCRS e Editora AGE, 2011.

116. KLÖCKNER, Luciano; ENDLER, Sérgio Francisco (Org.). *Rádio Ativo - O passado, o presente e o futuro do rádio*. Porto Alegre: Evangraf, 2005.

117. KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair. (Org.). *História da Mídia Sonora: experiências, memórias e afetos de Norte a Sul do Brasil*. Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

118. KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair. (Org.). *Mídia Sonora em 4 dimensões (ouvintes e falantes; memória e política; programas de rádio; tecnologia e futuro)*. 1a. ed. Porto Alegre: Editora da PUCRS - EDIPUCRS, 2011.

119. LADEIRA, César. *Acabaram de ouvir... Reportagem numa estação de rádio com caricaturas de Belmonte*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1933.

120. LAGO, Benjamim do. *Radiodifusão & Desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Livraria Cultural da Guanabara, 1969.

121. LEAL FILHO, Laurindo. *Vozes de Londres. Memórias Brasileiras da BBC.* São Paulo: Edusp, 2008.

122. LEAL, Sayonara. *Rádios comunitárias no Brasil e na França: democracia e esfera pública*. Aracaju: Editora UFS, 2008.

123. LEITE, Renato Costa. *Estratégias empresariais da radiofusão pública e privada.* Porto: Editora Formapress Media XXI, 2010.

124. LENHARO, Alcir. *Cantores do Rádio - A trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo.* Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

125. LIMA, Zita de Andrade. *Princípios e Técnica de Radiojornalismo*: Comunicações e Problemas. Brasília: (ICIFORM), 1970.

126. LIMAVERDE, Narcélio. *Senhoras e senhores...História do Rádio e da TV nos anos 50*. Fortaleza: Editora Vértice, s/d

127. LOPES, Marciano. *Coisas que o tempo levou. A Era do Rádio no Ceará*. Fortaleza: Gráfica VT, 1994.

128. LOPES, Maria Immacolata Vassalo. *O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social*. São Paulo: Loyola, 1988.

129. LOPES, Saint-Clair da Cunha. *Fundamentos jurídico--sociais da radiodifusão*. Rio de Janeiro: Editora Nacional, 1957.

130. LOPES, Saint-Clair da Cunha. *Radiodifusão - meio século a serviço da integração nacional*. Rio de Janeiro: ABERT, 1973.

131. LOPES, Saint-Clair da Cunha. *Radiodifusão hoje*. Rio de Janeiro: Temário, 1970.

132. LOPES, Vera Maria de Oliveira Nusdeo. *O direito à informação e as concessões de rádio e televisão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

133. LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apaixonados.* São Paulo: Paulinas, 2003.

134. LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. *O Riso na Rádio popular.* Manuais de Comunicação num 09. São Paulo: ALER-Brasil: Paulinas, 1986.

135. LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. *Rádio Revista de Educação Popular. Manuais de Comunicação Num 3.* Quito: ALER, 1986.

136. LOPEZ, Débora Cristina. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Corvilhã: UBI, LabCom Books 2010.

137. LUZ, Dioclécio. *A arte de pensar e fazer rádios comunitárias*. Brasília: Fundação Heinrich Böll, 2007.

138. LUZ, Dioclécio. *Trilha apaixonada e bem humorada do que é e de como fazer rádios comunitárias, na intenção de mudar o mundo*. Brasília: Ind., 2ªed., 2004.

139. MACHADO, Arlindo e outros. *Rádios livres - a reforma agrária no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

140. MAGDALENA, Jose Carlos. *Um rádio no porão.* Editora São Paulo: Letras Jurídicas, 2005.

141. MALULY, L. V. B. . *Jornalismo: a democracia pelo rádio*. 1.ed. São Paulo: ECA-USP. 2010.

142. MALULY, L. V. B. *O ensino de radiojornalismo: experiências Luso-Brasileiras.* 1. Ed. São Paulo: ECA-USP, 2013.

143. MANN, Thomas. *Ouvintes alemães. Discursos contra Hitler (1940-1945).* Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2009.

144. MANSUR, Fernando. *No ar, o sucesso da Cidade: a que pegou todo mundo de surpresa*. Rio de Janeiro: JB, 1984.

145. MANSUR, Fernando. *O sucesso continua – Chamando as Falas*. Rio de Janeiro, Shogun Arte, 1985.

146. Manual de radiojornalismo. Cadernos da Comunicação. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

147. MARANGONI, Nivaldo. *Memória do Rádio de Mogi das Cruzes.* Mogi das Cruzes: Editora Gráfica Brasil, 2005.

148. MARANHÃO FILHO, Luis. *Falando de Rádio*. Olinda: Jangada, 2010.

149. MARANHÃO FILHO, Luiz (Org.). *Raízes do rádio.* Olinda: Editora do Organizador, 2012.

150. MARANHÃO FILHO, Luiz. *Memória do rádio*. Recife: Editorial Jangada, 1991.

151. MARANHÃO FILHO, Luiz. *Rádio em todas as ondas*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1998.

152. MARCOS, Luís Humberto. *Rádios Locais – A lei e a realidade*. Porto: Centro de Formação de Jornalistas, 1989.

153. MARTINS, Fábio. *Senhores ouvintes, no ar... a cidade e o rádio*. Belo Horizonte: Arte, 1999.

154. MASAGÃO, M., A. Machado, et al. *Rádios Livres: a reforma agrária no ar.* São Paulo: Brasiliense, 1987.

155. MASSARI, Fabio. *Emissões noturnas: cadernos radiofônicos de FM*. São Paulo: Grinta Cultural, 2003.

156. MATTOS, David José Lessa (org.). *Pioneiros do rádio e da TV no Brasil*. São Paulo: Códez, 2004.

157. MEDEIROS, Ricardo. *Dramas no Rádio: a radionovela em Florianópolis nas décadas de 50 e 60*. Florianópolis: Insular, 1998.

158. MEDEIROS, Ricardo. *O que é radioteatro.* Florianópolis/Acaert: Insular, 2008.

159. MEDEIROS, Ricardo; VIEIRA, Lúcia Helena. *História do rádio em Santa Catarina*. Florianópolis: Insular, 1999.

160. MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Rádio e Pânico 2 – A Guerra dos Mundos, 75 anos depois*. Florianópolis: Insular, 2013.

161. MEDITSCH, Eduardo (org.). *Rádio e Pânico. A Guerra dos Mundos, 60 anos depois*. Florianópolis: Insular, 1998.

162. MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Rádio: Sete textos sobre o meio que completou 80 anos de Brasil*. 1. ed. Florianópolis: Insular/Posjor - UFSC, 2004.

163. MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci. *Teorias do Rádio – Textos e Contextos.* Florianópolis: Insular, Volume II, 2008.

164. MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na Era da Informação – Teoria e técnica do Novo Radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, 2001.

165. MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do Rádio – Textos e Contextos.* Florianópolis: Insular, 2005.

166. MELLO, Luiz Antonio. *A onda maldita: como nasceu a Fluminense FM*. Niterói: Xamã, 1999.

167. MELLO, Maria Inês. *O fenômeno Zambiasi: o comunicador das massas*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1987.

168. MELO, Rui. *A Rádio e a Sociedade de Informação*. Porto: Fundação Fernando Pessoa, 2001.

169. MENDONÇA, M. Nas ondas do rádio. Boletim Informativo da Casa Romário Martins. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, 1996.

170. MENEZES, J.E.O. *Rádio e cidade. Vínculos Sonoros*. São Paulo: Annablume, 2007.

171. MENEZES, José Eugenio de O.; CARDOSO, Marcelo (Orgs.). *Comunicação e cultura do ouvir*. São Paulo: Plêiade, 2012.

172. MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). *70 anos de radiojornalismo no Brasil 1941-2011*. Rio de Janeiro, UERJ, 2011.

173. MOREIRA, Sonia Virgínia e BIANCO, Nélia R. (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

174. MOREIRA, Sônia Virgínia e LOUZADA, Maria das Graças. *Chamada à Ação: manual do radialista que cobre educação*. Brasília: Projeto Nordeste/MEC, 1997.

175. MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

176. MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio Palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

177. MOREIRA, Tânia. *Osvaldo Faria - Polêmico e Corajoso*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Minas Gerais, 2001.

178. MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Imago Editora Ltda, 1976.

179. MUSTAFÁ, Izani. *Alô, alô, Joinville! Está no ar a Rádio Difusora! A radiodifusão em Joinville/SC (1941-1961)*. Joinville: Casamarca Ecodesign, 2009.

180. NEUBERGER, Lotário (org.). *Radiodifusão no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Plátano, 1997.

181. NEUBERGER, Rachel Severo Alves. *O rádio na era da convergência das mídias.* Cruz das Almas: UFRB, 2012.

182. NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. *O mito no rádio. A voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Annablume, 1993.

183. O RÁDIO educativo no Brasil. Cadernos da Comunicação. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

184. OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. *Escuta Sonora: Recepção e Cultura Popular nas Ondas das Rádios Comunitárias*. Rio de Janeiro, E-papers, 2007

185. ORSINI, Elizabeth. *Nas ondas do radio.* Rio de Janeiro: Record, 2005.

186. ORTRIWANO, Gisela Swetlana (org). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais.* São Paulo: COM-ARTE, 1987.

187. ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

188. PAIVA, Gilberto. *50 anos da Rádio Aparecida.* Centro de Redentorista de Espritualidade, 2002.

189. PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo.* São Paulo: Panda, 2000.

190. PAULINO, Fernando Oliveira e SILVA, Luiz Martins (Org.). *Comunicação Pública em debate: Ouvidoria e Rádio.* Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

191. PAULINO, Fernando Oliveira; SILVA, Luiz Martins da. (Org.) *Comunicação Pública em debate: Ouvidoria e Rádio*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2013.

192. PERDIGÃO, Paulo. *No ar: PRK-30! O mais famoso programa de humor da era do rádio*. Editora: Casa da Palavra, 2003.

193. PEREIRA, João Baptista Borges. *Cor, profissão e mobilidade - o negro e o rádio em São Paulo*. São Paulo: Livraria Pioneira, 1967.

194. PEROSA, Lilian Maria F, de Lima. *A hora do clique: análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República*. São Paulo: Annablume: ECA-USP, 1995.

195. PIMENTEL, Fábio Prado. *O rádio educativo brasileiro: uma visão histórica*. Rio de Janeiro: Soarmec, 1999.

196. PINHEIRO, Cláudia. *A Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

197. PINTO, Luciana Moraes Raso Sardinha. *A radiodifusão no direito brasileiro*. Belo Horizonte: Del Rey, 1992.

198. PINTO, Marcos. *No ar: 100 histórias da rádio*. Parede: Prime Books, 2007.

199. PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo: Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1993.

200. PRADO, Magaly. *História do Rádio no Brasil*. São Paulo: Safra/Da Boa Prosa, 2012.

201. PRADO, Magaly. *Produção de Rádio: um manual prático.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

202. PRATA, Nair (Org). *O Rádio entre as montanhas – histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira*. Belo Horizonte: Editora Fundac, 2010.

203. PRATA, Nair (Org.). *Panorama do rádio no Brasil* - V 1. Florianópolis: Insular, 2011.

204. PRATA, Nair e SANTOS, Maria Cláudia (Org.). *Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro.* Florianópolis: Insular, 2012.

205. PRATA, Nair e SANTOS, Maria Cláudia (Org.). *Enciclopédia do Rádio Esportivo Mineiro.* Florianópolis: Insular, 2014.

206. PRATA, Nair. *WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.

207. QUEIROZ, Nelson de Araújo. *O rádio em extensão rural*. Brasília: Emater, 1985.

208. QUEIROZ, Sousa, J. *20 Anos ao Serviço das Rádios Locais - ARIC 1991-2011, Contributos para a história.* ARIC, 2011.

209. RANGEL, Patrícia e GUERRA, Márcio. *O Rádio e as Copas do Mundo.* Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012.

210. REIS, Clóvis. *Propaganda no rádio: Os formatos de anúncio*. Blumenau: Edifurb, 2008.

211. REIS, Rose. *Nas ondas do rádio*: Identidade e Inclusão dos Nordestinos em São Paulo. São Paulo: Cia dos Livros, 2011.

212. REIS, Sérgio. *Making off: histórias bem-humoradas dos primeiros anos do rádio e da TV.* Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

213. RESENDE, Rodrigo. *É disso que o torcedor gosta - A história das transmissões radiofônicas de Futebol em São João del-Rei, MG*. São Paulo: Scortecci, 2012.

214. REZENDE, S.; KAPLAN, S. (Orgs.). *Jornalismo eletrônico ao vivo.* Petrópolis: Vozes, 1995.

215. RIBEIRO, Fernando Curado. *Rádio: Produção – Realização – Estética***.** Lisboa: Arcádia.

216. RIBEIRO, Nelson. *A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo 1933-1945.* Lisboa: Quimera Editores, 2005.

217. ROCHA, Amara. *Nas ondas da modernização: o rádio e a TV no Brasil de 1950 a 1970.* Rio de Janeiro: Aeroplano/Faperj, 2007.

218. ROCHA, Vera Lúcia. *Cronologia do rádio paulistano: anos 20 e 30*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo/divisão de pesquisa, 1993.

219. RODRIGUES, Ivan Dorneles. *Brasileiro, Gaúcho, um Gênio Diferente: Landell de Moura.* Porto Alegre: Corag, 2004.

220. RODRIGUES, Pedro Luiz. *Show do Rádio – Pessoas e fatos ligados ao rádio de Minas Gerais.* Contagem: Santa Clara, 2002.

221. ROLDAO, Ivete Cardoso do Carmo. *Nas ondas do rádio - da PRC-9 à Educativa.* Holambra: Editora Setembro, 2008.

222. ROMAIS, Célio. *O que é rádio em ondas curtas*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

223. RUAS, Claudia Mara Stapani. *Rádio comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento local.* Campo Grande: UCDB, 2004.

224. SALOMÃO, Mozahir. *Jornalismo Radiofônico e Vinculação Social*. São Paulo: AnnaBlume, 2003.

225. SALVADOR, Roberto. *A Era do Radioteatro*. Rio de Janeiro: Gramma, 2010.

226. SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da TV no Brasil e no mundo.* Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.

227. SAMPAIO, Walter. *Jornalismo Audiovisual: rádio, TV e cinema*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.

228. SANTOS, César Augusto Azevedo. *Quem inventou o rádio?* Passo Fundo: Clio, 2001.

229. SANTOS, Edmilson Divino dos (org). *Jornalismo em Rádio: curso de radiojornalismo UNDA Brasil*. Goiânia: Redentorista, s/d.

230. SANTOS, Edmilson Divino dos (Org.). *Jornalismo em Rádio.* Goiânia: Editora Redentorista, 1993.

231. SANZ, Luiz Alberto Barreto Leite. *Dramaturgia da informação radiofônica.* Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 1999.

232. SAROLDI, L.C; MOREIRA, S.V. *Rádio Nacional – O Brasil em Sintonia.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

233. SCHINNER, Carlos Fernando. *Manual dos locutores esportivos: como narrar futebol e outros esportes no rádio e na televisão.* São Paulo: Panda Books, 2004.

234. SCHIRMER, Lauro. *RBS: da voz-do-poste à multimídia*. Porto Alegre: L&PM, 2002.

235. SEQUEIRA, Hélder. *O Dever da Memória - Uma Rádio no Sanatório da Montanha*. Câmara Municipal da Guarda, 2003.

236. SERVIÇO À PASTORAL DA COMUNICAÇÃO. *Rádio – a arte de falar e ouvir. Laboratório.* São Paulo: Paulinas, 2003.

237. SEVERO, Antunes; GOMES, Marco Aurélio. *Memória da Radiodifusão Catarinense*. Florianópolis: Insular, 2009.

238. SEVERO, Antunes; MEDEIROS, Ricardo. *Caros Ouvintes – Os 60 anos do Rádio em Florianópolis*. Florianópolis: Insular, 2005.

239. SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva. *Rádio: oralidade mediatizada: o Spot e os elementos da linguagem radiofônica*. São Paulo: Annablume, 1999.

240. SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da; Patrícia Rangel. *Reportagens Especiais, documentários e série de reportagens: profundidade nas ondas do rádio.* 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2011. v. 1.

241. SILVA, Juremir Machado da. *Vozes da Legalidade: política e imaginário na Era do Rádio*. 3a ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

242. SILVA, Maurício F. *Quem me elegeu foi o rádio.* São Paulo: Olho D' água. 2000.

243. SILVEIRA, Norberto da. *Reportagem da legalidade 1961–1991*. Porto Alegre: NS Assessoria de Comunicação, 1991.

244. SILVEIRA, Paulo Fernando. *Rádios comunitárias*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

245. SIMON, Pedro. *Relatório Rádio & TV no Brasil: diagnósticos e perspectivas*. Brasília: Senado Federal, 1998.

246. SOARES, Edileuza. *A bola no ar, o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus, 1994.

247. SOLANO, Fernando. *Rádio toda hora, em todo lugar*. Belo Horizonte: Melhoramentos, 2008.

248. SOUSA, Marquilandes Borges de. *Rádio e Propaganda Política: Brasil e México sob a mira norte-americana durante a segunda guerra*. São Paulo: Annablume, 2004.

249. SOUSA, Moacir Barbosa de. *Tecnologia da radiodifusão de A a Z*. Natal: EDUFRN,2010.

250. SOUTO, Alceu Salvi. *Uma Rádio de Muitas Vidas: Rádio Viva: Uma história de 50 anos.* Bento Gonçalves: Rede Serrana de Comunicações, 1997.

251. SOUZA, Cláudio Mello e. *Impressões do Brasil: a imprensa através dos tempos - rádio, jornal, TV.* Rio de Janeiro: Grupo Machine, 1986.

252. SPERBER, George Bernard. *Introdução à Peça Radiofônica.* São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1980.

253. SPRITZER, Mirna. *O corpo tornado voz: a experiência pedagógica da peça radiofônica*. Porto Alegre: UFRGS, 2005.

254. SPRITZER, Mirna; GRABAUSKA, Raquel. *Bem lembrado: histórias do radioteatro em Porto Alegre.* Porto Alegre: AGE, 2002.

255. TADEU, AGUINALDO. *O dono do rádio*. Editora Rio de Janeiro: Giostri, 2011.

256. TAVARES, Mariza (Org.). *Manual de redação CBN*. São Paulo, Globo, 2011.

257. TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni (orgs). *CBN, a rádio que toca notícia: a história da rede e as principais coberturas, estilo e linguagem do all news, jornalismo político, econômico e esportivo, a construção da marca, o modelo de negócios.* Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

258. TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo.* São Paulo: Negócio, 1997.

259. TAVES, Rodrigo. *Paixão pelo rádio*. São Paulo: Maquinaria Editora, 2009.

260. *TESSER, Tereza Cristina. De passagem pelos nossos estúdios: a presença feminina no início do rádio no Rio de Janeiro e São Paulo 1923/1943. Santos: Editora Universitária Leopoldianum, 2009.*

261. THOMÉ, Luís Touguinha et al. *Na onda do progresso: o papel do rádio no desenvolvimento do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Alternativa Consultoria, 2001.

262. TINHORÃO, José Ramos. *Música Popular, do gramofone ao rádio e TV.* São Paulo: Ática, 1981.

263. TORRES, Bruno Araújo. *Voces Radiofónicas: Las radios comunitarias en Brasil*. 1. ed. Valencia: Universitat de Valencia, 2008.

264. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. *O papel da Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul: uma pesquisa de audiência e de opinião*. Porto Alegre: Ed UFRGS, 1981.

265. VAMPRÉ, Octávio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da TV.* Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979.

266. VIANNA, Graziela Valadares Gomes de Mello. *Jingles e spots: a moda nas ondas do rádio.* Belo Horizonte: Editora Newton Paiva, 2004.

267. VIEIRA, Jonas. *César de Alencar, a voz que abalou o rádio.* Rio de Janeiro: Valda, 1993.

268. VIOLA, Denise; GUILHON, Madalena; PERNA, Mara Regia di; LADEIRA, Taís; CORRAL, Thais e AFFONSO, Renata. *Fazendo gênero no rádio*. Rio de Janeiro: Cemina, 1998.

269. VV.AA. *Cronologia das artes em São Paulo 1975-1995 - Comunicação de Massa Rádio e Televisão*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 1996.

270. VV.AA. *Liberdade e Responsabilidade em TV e Radiodifusão*. Rio de Janeiro: Forense, 1965.

271. VV.AA. *Regulamento dos serviços de radiodifusão*. Brasília: Ministério das Comunicações, 1984.

272. VV.AA. *RTV - Rádio e TV 1. Coleção Cadernos Diáticos Metodista*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

273. VV.AA. *Introdução à Peça Radiofônica* - Seleção, tradução, introdução e notas de George Bernard Sperber. São Paulo: EPU – Editora Pedagógica e Universitária Ltda, 1980.

274. WAGNER, Rubens. *Histórias do Rádio Heróico*. Porto Alegre: Modelo, 1983.

275. WAINBERG, Jacques Alkalai. *Império das palavras: estudo comparado dos Diários e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation,*

de William Randolph Hearst. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 1997. 314p.

276. WITIUK, Luiz. *O som das ruas: um estudo sobre o radiojornalismo curitibano.* Curitiba: Pós-Escrito: Instituto Cultural de Jornalistas do Paraná, 2008.

277. XAVIER, Antônio Carlos dos Santos. *A linguagem do rádio*. Catanduva: Respel, 2005.

278. **ZAREMBA, Lilian. *Entreouvidos: sobre Rádio e Arte.* Rio de Janeiro, Soamerc-Oi Futuro, 2009.**

279. **ZAREMBA, Lilian; BENTES, Ivana (org.). *Rádio Nova, constelações da radiofonia contemporânea* (v. 1, 2, 3). Rio de Janeiro, Edição Publique-Laboratório de Editoração da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997, 1999, 2000.**

280. ZUCULOTO, Valci. *A programação de rádios públicas brasileiras.* Florianópolis: Insular, 2012.

281. ZUCULOTO, Valci. *No ar: a história da notícia de rádio no Brasil.* Florianópolis: Insular, 2012.

e) Teses e dissertações sobre rádio

A produção brasileira de teses e dissertações é muito recente porque os cursos de pós-graduação no Brasil, em relação a países da Europa e Estados Unidos, surgiram há quatro décadas. A fim de quantificar e analisar qualitativamente as teses e dissertações produzidas nos últimos 40 anos, organizamos um inventário a partir das pesquisas científicas publicadas no Portal Capes, no

período de 1987 a 2010, cujo tema envolva o rádio. A busca utilizou como palavras-chave "rádio", "radiojornalismo" e "história do rádio" e considerou os trabalhos produzidos em todas as áreas de conhecimento elencadas no site. Entre elas, além da Comunicação, também Educação, História, Sociologia e Direito. Também foram considerados os trabalhos que tivessem fundamentação teórica embasada em autores das áreas de Comunicação e História. Ao longo destes 23 anos foram publicadas um total de 125 teses sobre o rádio. Apenas nos anos de 1988, 1989, 1991, 1993, 1994 e 1997 não foram localizadas ocorrências em pesquisa de doutorado que tratasse sobre rádio. Observando cada ano, verificamos que os de 2004 e 2005 foram os que tiveram maior produção. Em cada ano foram defendidas 14 pesquisas. Em 2008, foram apresentadas 13 teses, em 2002 e 2010, 12 teses em cada ano, e em 2006, 11 teses.

Com relação à análise das teses distribuídas em áreas de conhecimento, verificamos que em primeiro lugar os estudos sobre rádio se concentram em Comunicação. Das 125 pesquisas, 65 foram produzidas nessa área. Em segundo lugar está o curso de História, com 15 teses, em terceiro lugar, a área da Educação, e em quarto lugar, Sociologia. No entanto, percebemos que trabalhos envolvendo o rádio também foram desenvolvidos em outras áreas como Estudos Linguísticos, Direito, Antropologia, Ciências da Religião e Ciência Política.

No Portal Capes também estão disponíveis as dissertações defendidas no país. No período de 1987 até 2010 encontramos 486 pesquisas realizadas em nível de

mestrado, em todo o Brasil, em diferentes programas de várias universidades. As maiores produções ocorreram nos últimos três anos. Em 2008, 2009 e 2010, respectivamente, foram escritas 46, 44 e 41 pesquisas que tiveram como tema principal o veículo rádio. Em 2006 e 2000, foram realizadas 35 dissertações, em cada ano. Já em 2007 e 2002, foram registradas, em cada ano, 34 defesas de dissertações. Somente em 2005 foram 31 trabalhos de mestrado.

No mapeamento realizado, também comparamos as dissertações distribuídas em áreas de conhecimento. Do total, 486 dissertações produzidas e publicadas no Portal Capes foram identificadas 230 produções somente na área da Comunicação. Em segundo lugar, a área escolhida para desenvolver as pesquisas cujo tema envolveu o rádio foi Educação e, em terceiro lugar, está História. Nos demais cursos de pós-graduação, o número de trabalhos não ultrapassa dez.

Considerações finais

Conforme foi apontado, o protagonismo da pesquisa em rádio no país está intrinsecamente ligado ao Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. No entanto, o grupo precisa ficar atento a alguns desafios.

É bastante expressivo o número de pesquisadores que apresentou um único texto nas sessões do GP, mostrando uma baixa fidelização. É importante descobrir

as razões desse fenômeno e promover ações para que o pesquisador retorne a cada congresso.

Se faz necessário aumentar a participação de pesquisadores do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, pois a maioria dos participantes da lista do GP estão concentrados nas regiões Sudeste e Sul do país, o que compromete a atuação de um grupo que pretende ser de abrangência nacional.

É preciso avançar nas pesquisas: superar a fase de estudos históricos de caráter descritivo linear limitado e discutir abordagens teóricas e metodológicas consistentes, apoiando os trabalhos mais fortemente nas teorias da comunicação e nas abordagens interdisciplinares.

O grupo deve buscar uma aproximação com a comunidade científica internacional. Depois de solidificada sua atuação no Brasil, deve buscar ligações com pesquisadores, publicações, universidades e grupos de investigação de outros países, de modo a também fazer parte do cenário internacional da pesquisa em rádio.

Além disso, o GP deve promover ações incisivas: a *Carta dos Pesquisadores de Rádio e Mídia Sonora do Brasil* - e seus desdobramentos - é um exemplo de como um grupo de pesquisa pode influir, de forma concreta, nos rumos de uma sociedade. Assim, o grupo deve olhar para fora e ficar atento aos acontecimentos com relação ao rádio, de forma a intervir quando for necessário.

E, por fim, além de pesquisar, o grupo deve produzir. A ação *Repórter Esso* é um exemplo claro de como a sociedade espera produtos de qualidade e gratuitos. É uma forma que a academia tem de dar retorno aos investimentos públicos que recebe.

Referências

DEL BIANCO, Nélia e ZUCULOTO, Valci R. *Memória do GT Rádio: seis anos de pesquisa em defesa do rádio.* Anais do XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, SP, 1997.

MOREIRA, S. V. *Da memória particular aos estudos acadêmicos: a pesquisa sobre rádio no Brasil. In*: Anibal Bragança; Sonia Virgínia Moreira. (Org.). Comunicação, acontecimento e memória. 1 ed. São Paulo: Intercom, 2005, v. 1.

Normas Regimentais dos Grupos de Pesquisa da Intercom: http://intercom2.tecnologia.ws/images/stories/Normas_Regimentais_dos_Grupos_de_Pesquisas.pdf. Data de acesso: 30/06/2011.

PRATA, Nair. *Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom – 20 anos.* http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/1-nair-prata.pdf

PRATA, Nair; MUSTAFÁ, Izani e PESSOA, Sônia. *Teóricos e pesquisadores de rádio no Brasil.* http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-0507-1.pdf

Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. XXIII nº 2 jul-dez/2000, p. 217.

3ª Parte

Multimídia e Interfaces Comunicacionais: Culturas, Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas

Capítulo 11

Compartilhar conhecimento e técnicas acadêmicas de produção audiovisual alternativa

Álvaro Benevenuto Jr.[1]

Introdução

A produção audiovisual alternativa está cada vez mais presente em nosso cotidiano. Especialmente depois que as indústrias do entretenimento investiram na produção de dispositivos diversos para a captura de imagens e sons, possibilitando ao *consumer* registrar e armazenar

1. Doutor em Ciências da Comunicação, docente nas disciplinas de Produção Audiovisual e Jornalismo para Televisão, coordenador do curso de Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul e pesquisador na arena da Produção Audiovisual Alternativa. Coordenador do GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas da Intercom.

momentos de sua vida pública e privada, que, a seu juízo, merecem ser compartilhados com pessoas próximas. Antes, porém, é interessante destacar que este tipo de produção tem seus registros assentados na história cinema e da televisão, como uma maneira de dispor conteúdos diferentes daqueles produzidos pelos *majors* destas indústrias, que nem sempre respondem ao gosto de uma audiência exigente, ou não!

Este texto parte dos apontamentos realizados durante anos de trabalho com grupos de pessoas interessadas em produzir suas próprias peças audiovisuais, com objetivos múltiplos, que vão desde a proposta de difundir técnicas e tecnologias destinadas a qualificar a produção das pequenas propriedades rurais, até a produção para a disputa em festivais escolares. Os bastidores destas arenas onde experiências de aprendizagem de realização audiovisual ocorreram são o ponto de partida para refletir sobre a aplicabilidade das metodologias tradicionais do ensino de audiovisual e o uso de suas adaptações para distintos públicos interessados na área.

Para seguir esta trilha, serão descritos os cenários onde estas atividades se desenvolveram nos últimos cinco anos. É um recorte de uma observação que acontece há mais de duas décadas de trabalho de campo, realizados em ambientes agrícolas, envolvendo trabalhadores e pequenos proprietários rurais gaúchos e paranaenses, participantes dos movimentos sociais em favor da reforma agrária e/ou em defesa de melhores condições de trabalho e vida no campo; em ambientes de altos graus de vulnerabilidade sócio-econômica; em escolas de ensino

fundamental e médio e em cursos de pós-graduação (especialização). São experiências pautadas pela atitude de aprendizagem embasadas no espírito de compartilhamento do conhecimento e difusão das técnicas da produção audiovisual "fora-do-eixo", que proporcione a oportunidade de expressar sentimentos e opiniões a respeito da vida ou do fazer profissional de cada pessoa.

Cenário 1

Escola Municipal de Ensino Fundamental Ramiro Pigozzi, em Caxias do Sul. Localizada numa região conhecida como Arcobaleno, de classe média baixa. É habitado, majoritariamente, por empregados de "chão de fábrica" das pequenas indústrias do setor metalmecânico ou por trabalhadores não qualificados do setor de serviços. A população do bairro é estimada em 30 mil pessoas. A escola tem cerca de 1.500 estudantes do ensino fundamental, funcionando em dois períodos.

Estas características, apesar de superficiais, revelam alguns aspectos comportamentais dos estudantes, que despertaram a atenção de três professores, das disciplinas de História, Geografia e Língua Portuguesa: baixa autoestima; conhecimento espacial restrito e pouca disposição para a leitura e a consequente inabilidade com a escrita. Sensibilizados, apresentaram suas impressões a direção da escola e apresentaram a proposta de trabalhar com uma atividade lúdica de aprendizagem para

superar os obstáculos para ampliar o conhecimento e equacionar os problemas de autoestima encontrados nas turmas.

A ideia de trabalhar com a produção audiovisual surgiu durante as aulas, quando os professores perceberam o prazer dos estudantes quando ocorria a exibição de filmes nas atividades escolares. A oportunidade para melhorar os níveis de envolvimento dos estudantes com as disciplinas e provocar a apreensão do conteúdo de modo mais intenso estava rascunhada nas atividades didáticas com o audiovisual. Porém, nem sempre encontravam-se o audiovisual com os conteúdos apropriados e contextualizados para as turmas. Foi, assim, o passo definitivo para trabalhar a realização de seus próprios audiovisuais para as disciplinas.

O passo seguinte da equipe de professores foi procurar, dentro do amplo espectro da produção audiovisual, os atores envolvidos na pesquisa da área e o encontro com a Universidade de Caxias do Sul foi o final da primeira caminhada. Nela, começou-se a ser gestada a ação batizada de Olhar Digital (2009), envolvendo pesquisa, ensino e extensão.

A pesquisa, neste momento, dirigia a atenção para as possibilidades de captura e finalização de conteúdos audiovisuais em dispositivos não tradicionais de vídeo, com os novos equipamentos disponibilizados pela indústria eletroeletrônica (pareadamente com o desenvolvimento da informática e dos dispositivos eletrônicos de entretenimento).

Era um tempo de descobertas das oportunidades para a realização audiovisual e o mercado vivia uma crise de quebra de paradigmas. O ambiente digital co-

meçou a propor alternativas para simplificar – e por que não, democratizar - a produção audiovisual, a partir do aumento do uso e velocidade da Internet, da oferta de programas capazes de suportar o processamento de áudio e imagem, a rapidez do tráfego de dados, entre outros. Será que os novos equipamentos (câmeras pequenas, câmeras fotográficas digitais, gravadores digitais) são suficientes para substituir os tradicionais aparatos da produção de vídeo? Será que o computador responderia eficientemente às demandas da montagem? A redução do preço dos equipamentos não é igual a desqualificação dos produtos audiovisuais?[2]

Descrito o contexto e definida a proposta de usar equipamentos alternativos para a captura do material bruto (câmeras fotográficas digitais e programas gratuitos de montagem), a equipe formada pelos participantes da pesquisa e professores da escola elaborou um programa de atividades que contemplasse os conteúdos a serem trabalhados na aulas dos terceiro e quarto anos do ensino fundamental (em Geografia, o reconhecimento da região, em Português, a escrita criativa e em História,

2. Apesar destas perguntas serem pertinentes e caírem muito bem para aqueles que estavam envolvidos com a produção *bradcast* do audiovisual, elas escondem certo receio a respeito do acesso universal ao consumo e à produção de conteúdos para veiculação na rede. Uma ameaça aos tradicionais realizadores? Não. Pois os objetos e objetivos das peças produzidas fora dos ambientes tradicionais do audiovisual é outro e não tem nada a ver com o sistema *brodcast*.

os elementos constituintes do local) adaptados ao processamento da produção audiovisual.

Para tal, mobilizou-se um grupo de estudantes de Jornalismo matriculados numa disciplina que envolvia o trabalho comunitário e preparou-se uma agenda de ação. A fundamentação teórica para as práticas deste trabalho foi buscada nos manuais da produção audiovisual (BARBEIRO e LIMA, 2002; YORKE, 1998; HOWARD e MABLEY, 1996; KELLINSON, 2007, entre outros) e consistia na realização de quatro oficinas teóricas, para introduzir o grupo no ambiente da produção, quatro oficinas de captação de imagens e duas de montagem. Paralelamente a este trabalhos, os professores da escola foram capacitados tecnicamente para dar suporte às ações de seus estudantes.

As atividades teóricas foram realizadas em grande grupo (um total de 60 participantes, equivalente a três turmas dos terceiros e quarto anos do ensino fundamental). Os conteúdos da história do cinema/audiovisual, dos equipamentos, das técnicas e dos documentos para a realização foram apresentados usando recursos visuais (projeção de slides e partes de filmes) e muito trabalho de criação dos vídeos. No primeiro encontro, a plateia ouviu, mas não compreendeu o que a equipe de universitários quis dizer. Foi necessária a intervenção efetiva dos professores da escola para traduzir a teoria da produção audiovisual, tal foi a complexidade na apresentação das etapas que envolvem este processo.

Quando as equipes foram a campo, usando equipamentos alternativos para capturar o material bruto, as

primeiras relações teoria-prática e o uso dos documentos próprios da realização (roteiro técnico e mapa de produção), resultantes do período anterior de criação e planejamento, começaram a ser compreendidas pelos estudantes, que sentiram-se mais à vontade no ambiente da produção.

Depois de quatro meses de trabalho intenso, 17 pequenos vídeos foram apresentados ao grupo, encerrando, assim, a primeira etapa das oficinas de realização, nas quais foram aplicadas metodologias tradicionais do processo do fazer audiovisual.

Cenário 2

Universidade de Caxias do Sul, curso de pós-graduação lato sensu em Tecnologias na Educação. Quinze professores, atuantes em distintos tipos de escola, com maior incidência para o nível médio, se qualificavam para atuar na modalidade de ensino a distância. A disciplina em Áudio e Vídeo como recurso para EaD[3] foi desenvolvida nesta modalidade, com a proposta de vivenciar o ambiente de aprendizagem no qual os estudantes se preparavam.

3. Este curso foi realizado no segundo semestre de 2009. A disciplina teve como foco principal capacitar os profissionais para produzir seus próprios conteúdos didáticos, usando equipamentos alternativos para tal.

Apoiado na mesma bibliografia técnica e teórica, o material didático das atividades em EaD foi preparado com base nas metodologias tradicionais da produção audiovisual, apresentando as etapas do processo, exercícios de criação de roteiros, elaboração de mapas de produção e o planejamento das saídas a campo.

Durante as 30 horas previstas para estas atividades, que constava de apenas dois momentos presenciais, todos os momentos foram monitorados: o estudante tinha que apresentar sua produção a cada etapa, o que obrigou seguir o caminho tradicional da produção, elaborando todos documentos constantes nas cartilhas de métodos da indústria do audiovisual. Além disso, os participantes tinham que postar semanalmente suas anotações do diário de campo num ambiente de compartilhamento de informações, acessível a todo o grupo, onde era possível debater aspectos práticos daquela vivência, bem como dividir as angústias características do processo de aprendizagem.

Os apontamentos mais frequentes neste espaço virtual se referiam à forma burocrática do processo de realização, com o preenchimento de documentos como o roteiro literário, roteiro técnico, descrição de planos e enquadramentos, mapa de produção, etc. Este, na grande parte dos comentários, era o maior obstáculo enfrentado pelo grupo. E eles eram complementados com informes da falta de tempo para cumprir tais procedimentos e que era melhor ir direto a campo.

Numa análise mais atenta, as reclamações sobre a burocracia da produção audiovisual mascaram a falta de

compreensão sobre a importância dos documentos próprios do setor para o bom andamento das realizações. Também escondem a falta de preocupação com questões legais para o uso de imagens e sons para a realização audiovisual e próprias da economia do setor (o que não vem ao caso, mas é preciso levar em consideração).

No encerramento da disciplina, apesar dos questionamentos sobre a forma burocrática, depoimentos sobre a simplificação do processo foram recorrentes. Muito em função do pouco tempo que os professores têm para preparar este tipo de material de aula e da demanda de constante atualização dos conteúdos. Estes comentários colaboraram com o propósito de refletir sobre a metodologia aplicada nas aprendizagens do fazer audiovisual.

Cenário 3

Escola Estadual de Ensino Médio São Rafael, de Flores da Cunha, uma cidade com cerca de 25 mil habitantes, conforme o Censo de 2010, colonizada por imigrantes italianos vindos da região do Vêneto. Nesta escola de mais de 800 alunos matriculados nos três turnos, acontece o Festival Astro de Vídeo, que está na 16ª edição. É um evento que mobiliza a cidade inteira, e está incluído no calendário de eventos do município, tal é a sua grandeza.

O Festival foi criado pelo grêmio estudantil, quando a diretoria tinha em sua composição dois estudantes bem articulados com a área cultural da cidade e apaixonados

pelo cinema (um deles formou-se em Produção Audiovisual). A direção da escola acatou a ideia e assim, caracterizou esta competição como uma atividade extraclasse.

As primeiras edições da competição foram realizadas sem muitos recursos técnicos, pois até então os recursos teóricos e tecnológicos não estavam disponíveis. Foi a fase na qual funcionou o espírito autodidata, com os líderes incentivando a busca de referências dos modos de produção e de escritura do roteiro. Nestas primeiras edições, apenas parte dos estudantes do ensino médio participavam das realizações, produzindo até cinco obras.

Superados os primeiros obstáculos da pesquisa e da produção e buscando reduzir a correria na hora das gravações dos vídeos com a locação de câmeras e das ilhas de edição dos estúdios fotográficos, a cidade de Flores da Cunha se inscreveu num edital de promoção da cultura italiana, financiado pela União Europeia, para criar o Núcleo de Produção Audiovisual de Maria Della Costa[4], destinado a ser um ponto de referência de imagens e de resgate das origens culturais da comunidade italiana[5]. O Núcleo, por outro lado, deu suporte importante para as edições do Astro, emprestando equipamentos e salas para as reuniões e oficinas de capacitação dos estudantes concorrentes.

4. A atriz que fez carreira no eixo Rio-São Paulo a partir da década de 1940, nasceu em Flores da Cunha.

5. Flores da Cunha, antes de adotar o nome do general que governou o Rio Grande do Sul, era chamada de Nova Trento, em homenagem à cidade de origem dos colonizadores.

E com este novo parceiro, o Festival Astro cresceu. O número de concorrentes na mostra competitiva cresceu. O que antes envolvia apenas parcela dos alunos, agora, todas as séries eram convocadas a inscrever um roteiro, no mínimo. De 15, agora são 40 roteiros por edição, em média. Isso significa a escolha de 12, que serão os curtas-metragens que vão compor a mostra competitiva.

Da mesma maneira que a competição vai se qualificando, a preparação dos estudantes também ganha sua complexidade. As oficinas de produção, que antes não tinham tanto valor - apesar de serem bem frequentadas – ganharam o *status* de atividade de sala de aula. E com o início do modelo de ensino técnico profissionalizante, a escola optou pela área do audiovisual/indústria criativa, incentivando ainda mais a participação dos estudantes no Astro.

Neste processo, as oficinas, que eram desenvolvidas pela equipe do Núcleo até 2009, passaram a ser realizadas pelos professores e pesquisadores da Universidade de Caxias do Sul. O Núcleo, neste período, entrou em complexa crise estrutural e interrompeu seu funcionamento.

Nas primeiras oficinas, aplicou-se a metodologia tradicional de produção audiovisual, seguindo o croqui de produção das sinopses, roteiros literários (documentos apresentados para a primeira seleção dos curta-metragens que participariam do Festival), roteiro técnico e mapa de produção (documentos a serem apresentados para o corpo de jurados, quando do julgamento final do concurso).

Os apontamentos do caderno de campo das primeiras oficinas indicam que os presentes nas oficinas não compreenderam os pontos abordados nas duas primeiras etapas das oficinas, tal era a quantidade de informações e de detalhes a serem observados/trabalhados na realização audiovisual. Pudera, a metodologia escolhida era muito mais técnica do que a aplicada nas oficinas anteriores (produção de roteiros bem menos burocráticos e pouco detalhados).

No ano seguinte, aconteceu um abrandamento nas cobranças dos resultados das oficinas. Porém, os conteúdos trabalhados nas duas edições realizadas – a etapa da construção da sinopse e do roteiro literário e a etapa de construção do roteiro técnico – não foram alterados: a complexidade foi a mesma. Foram feitas algumas mudanças na forma de apresentação dos documentos e na cobrança de entrega dos mesmos. Esta mudança de atitude gerou a apresentação de sinopses e roteiros literários mais criativos. Porém, os roteiros técnicos continuaram imprecisos e mal elaborados.

Este mesmo procedimento foi mantido para as edições de 2012 e 2013. Apesar das complicações nas etapas de elaboração dos documentos, os curta-metragens exibidos nas duas edições do concurso apresentaram melhor qualidade que os das edições de 2009 e 2010, anos nos quais as oficinas seguiram os trâmites burocráticos indicados pelos manuais da indústria do audiovisual.

Já em 2013, após o exame das anotações do caderno de campo e da análise dos roteiros classificados para a segunda fase da competição, isto é, os 12 classificados

para serem rodados, propôs-se adotar uma metodologia menos exigente em relação à burocrática e investir mais em exercícios de criatividade da turma, que está acostumada à escrita de texto corrido, não dividido em imagem e som (como é a estrutura do roteiro técnico).

O resultado dos roteiros inscritos na primeira etapa do Festival surpreendeu a comissão organizadora: foram 35 textos (sinopses e roteiros literários) apresentados. Superou em cerca de 35% a quantidade de inscrições dos anos anteriores, quando as candidaturas giravam em torno de 25 textos.

Para uma atividade extraclasse, o índice de interesse e de participação é positivo. Para os professores e direção da escola, um dado que reforçou a escolha da área do cinema como proposta para implantar o ensino técnico, conforme as normas da Secretaria de Educação do Estado.

Para a pesquisa, este resultado demonstra o acerto em adequar a metodologia das oficinas, extraindo muito da burocracia proposta pela indústria do audiovisual e apostar na forma criativa de realizar um curta-metragem para o Festival.

E na edição de 2014, as oficinas preparatórias aconteceram durante o primeiro semestre, seguindo o novo modelo de atuação dos facilitadores. E com uma inovação: os professores da escola foram convocados a participar dos encontros, como forma de ampliar a compreensão dos processos pelos quais passam a realização audiovisual e assim, poder colaborar mais com os estudantes que pretendem desenvolver seus roteiros.

Apontamentos e reflexões

A produção audiovisual alternativa começou a ser viabilizada com a fabricação em série de equipamentos de captação e de montagem dos conteúdos brutos. Isso por causa da estratégia da indústria eletroeletrônica do vídeo para popularizar o uso da novidade tecnológica na área do entretenimento, na década de 1980 (SANTORO, 1986, BENEVENUTO JR., 1998). Essa inovação veio para substituir as câmeras de filme Super 8, dispositivo que antes desse tempo, era usado para este tipo de realização, porém, com custo alto.

Com o vídeo alternativo, muitas produções amadoras apareceram, com distribuição restrita. E a atitude de contar sua própria história chegou aos movimentos sociais de defesa dos direitos e da cidadania, que passam a usar estas técnicas para difundir suas propostas e para formar novos agentes, multiplicadores e garantir a adesão de novos militantes para esta causa. O tempo político no Brasil e na América Latina são férteis para o surgimento de manifestações em prol da democracia e da criação de novos modelos de desenvolvimento econômico. Percebe-se, neste período, grande profusão de inúmeros centros de produção audiovisual – e de comunicação – alternativa.

Também percebe-se a frequência de oferta de oficinas de vídeo, para compartilhar o conhecimento técnico de realização destes produtos, seguindo as cartilhas e manuais de produção audiovisual referenciados na indústria do cinema e da televisão, onde há muita burocracia.

Era o que tinha de melhor. Apesar de inúmeras tentativas de adaptação dos procedimentos, o esquema de trabalho continuava sendo complexo demais.

Com o crescente desenvolvimento da eletrônica e a ainda incipiente digitalização dos processos de tratamento de imagens e sons, a realização audiovisual alternativa conquistou um outro patamar na dimensão técnica: os equipamentos ficaram menores e os procedimentos de montagem, mais ágeis. Porém, para usufruir destas facilidades é necessário ter habilidade para o manuseio de computadores, o que não era muito comum. Para superar esta barreira, realização de oficinas de capacitação para adquirir esta habilidade.

Começaram-se a pensar em metodologias para alcançar este objetivo e integrar os atores dos movimentos sociais em uma nova arena de produção de conteúdos a serem difundidos rapidamente, aproveitando a ferramenta de correio eletrônico e de transporte de arquivos anexados. Entretanto, metodologias de aprendizado eram muito técnicas e não foram adaptadas aos públicos pouco acostumados à linguagem digital. Foi um tempo de grande esforço para compreender os novos procedimentos de "conversas" com as máquinas processadoras.

O desafio estava lançado: construir ambientes de processamento digital amigáveis e intuitivos, para facilitar o uso da tecnologia para as mais diversas atividades, com destaque para a produção de conteúdos digitais. Esse movimento está relacionado com o processo de familiarização da sociedade com os dispositivos eletrônicos. Não foi diferente em outros momentos da história

recente dos lançamentos de equipamentos destinados ao consumo massivo – o exemplo mais adequado é o do videocassete que, com suas múltiplas funções (gravação, programação, seleção automática de canais, etc); foi subutilizado pelos consumidores.

O avanço da digitalização da comunicação continuou em ritmo acelerado. O desenvolvimento de novos dispositivos acompanhou esta caminhada. Hoje, com inúmeras possibilidades de capturar os momentos da vida cotidiana tem quebrado paradigmas da produção audiovisual tradicional[6] e oferecido muitas possibilidades para a produção alternativa.

As funções de captura e armazenamento das tradicionais câmeras de vídeo foram inseridas em dispositivos como câmeras fotográficas, aparelhos de telefones móveis, computadores portáteis e *tablets*. Dispositivos cuja arquitetura responde às questões da operação intuitiva e simples. As próprias câmeras de vídeo incorporaram estas modificações: ficaram menores, oferecem a opção de funcionamento automático e garantem, como os outros dispositivos, boa qualidade de imagem e som.

No que toca à montagem, o cenário é semelhante. Os programas de edição de áudio e vídeo estão disponíveis na rede, podendo-se optar por aqueles lançados pelos

6. O jornalismo de televisão é um dos setores que mais enfrenta esta questão. Se a notícia acontece em qualquer lugar, a qualquer hora e sem a presença da equipe de jornalismo, alguém, com um equipamento não complexo (mas com capacidade técnica para manter a qualidade de imagem) pode registar o acontecimento e fornecer o material à reportagem.

signatários do movimento do *software* livre ou dos proprietários[7]. A arena dos dispositivos tecnológicos da produção audiovisual é favorável para o aumento significativo das peças. E os ambientes dedicados ao armazenamento de vídeos, como o popular Youtube, são a prova deste aumento.

Entretanto, surgem questões sobre este fenômeno de amplas possibilidades da realização audiovisual: quais são os conteúdos disponibilizados na rede? Como eles têm sido feitos? Com que propósito? Em quais referenciais estéticos esses vídeos têm sido realizados? Com que suporte teórico?

Estas perguntas não pretendem se constituir em instrumentos que inibam a criação audiovisual. Muito menos pretendem assumir-se como elementos de coerção da liberdade de expressão e da livre circulação dos conteúdos. Elas procuram despertar a atenção para atender a demanda de conhecimento operacional e difundir as técnicas da realização audiovisual, consolidadas a partir da história da indústria do cinema e da televisão, responsáveis pelo estabelecimento dos padrões estéticos[8] contemporâneos, para promover a distribuição dos conteúdos e que eles sejam vistos por seus destinatários.

7. Recentemente a Oracle, proprietária da marca Adobe Premiere, o programa de edição de vídeo mais popular na América Latina, deixou de vender licenças de uso do software. Ela optou por cobrar uma espécie de aluguel pelo uso, cobrado mensalmente.

8. Não que estes padrões sejam inquestionáveis, mas com certeza são referências importantes para a condução dos procedimentos de montagem dos vídeos feitos com o objetivo de difundir mensagens que tenham valor para os atores sociais, o que implica em vídeos de consumo coletivo.

Uma possibilidade para responder estas questões está na inclusão de oficinas de realização audiovisual em escolas dos primeiros níveis do ensino formal, como foi apresentado anteriormente. Para alcançar este objetivo, a sensibilização dos gestores das escolas é tão importante como o trabalho de planejamento anual de atividades dos professores, que preveja a interlocução entre as disciplinas obrigatórias do currículo.

Outro caminho a seguir é levar ações semelhantes nas comunidades cuja animação cultural e mobilização social deem suporte para isso. Esse tipo de atividade tem sido desenvolvido por algumas organizações não governamentais que se preocupam com a comunicação inserida no processo da cidadania, ou por programas de extensão universitária, oriundos do campo das Ciências Sociais Aplicadas, especialmente, dos setores da Comunicação e Artes.

E agora dirige-se o olhar para as características da metodologia destas oficinas: tem-se que trabalhar as questões teóricas constituintes das práticas da realização audiovisual, bem como dos elementos básicos da estética visual. Mas que esses conteúdos não se transformem em elementos que deem intensa densidade ao conteúdo, transformando, sim, em um dado burocrático que atrapalhe o processo criativo dos novos produtores audiovisuais.

Anotações finais

As observações realizadas durante o período relatado neste texto apresentam alguns aspectos relevantes

relacionados ao público participante das oficinas, das habilidades adquiridas para a operação dos equipamentos de produção, das vontades individuais para criar seu próprio audiovisual e do capital intelectual que os aprendizes possuem no momento das oficinas.

Também revela que para a produção de conteúdos audiovisuais é necessário possuir informações teóricas e técnicas básicas constituintes do ambiente no qual se pretende trabalhar para garantir minimamente a compreensão daquilo que se quer transmitir neste suporte.

A metodologia para compartilhar estas informações ganha relevância, especialmente quando o cenário das oficinas é composto por atores que estão dispostos a se aventurar nesta trilha e que apresentam algumas dificuldades para compreender o sistema complexo da indústria audiovisual. Neste sentido, os conhecimentos teóricos e técnicos do audiovisual precisam ser abordados de maneira a desviar da burocracia tradicional relatadas pelos manuais técnicos desta produção.

Ao superar este primeiro obstáculo, a atitude de desenvolver as mesmas tarefas burocráticas com atividades práticas se mostrou, durante o período observado, muito eficiente, pois permitiu que os aprendizes processassem suas análises, comparações e reflexões durante a execução de seus vídeos (o mesmo aconteceu com o desenvolvimento das habilidades de operar a câmera e da capitação do áudio), sem interromper a etapa que cobra o máximo de criatividade, que é a hora de elaborar o roteiro das histórias contadas através das imagens e sons.

A observação também revela o amadurecimento da consciência e da responsabilidade que permeiam a produção e a difusão audiovisual. A exemplo dos estudantes que participaram de duas edições consecutivas do Festival Astro: na primeira vez, as atividades burocráticas – mesmo já adaptadas para o tipo de público - eram realizadas com certo desleixo. Isto porque era obrigatório. Na segunda vez, estes participantes integraram o grupo dos mais dedicados e compenetrados nas tarefas.

Refletir sobre a metodologia das oficinas de realização audiovisual exige do pesquisador a atenção redobrada para as características dos grupos inscritos nas atividades, a inserção de preocupações com as questões éticas e exige o máximo da criatividade para que o compartilhamento e difusão dos conteúdos teóricos e técnicos da realização audiovisual se complete.

Cenário semelhante pode ser verificado em atividades que envolvem pessoas com conhecimento prévio do processo da realização audiovisual, preparando-se para adentrar no ambiente dos conteúdos digitais interativos. As propostas de novos formatos de roteiros para estas obras, diante da complexidade que é a construção destes produtos (que ainda estamos a descobrir), exigem atitudes burocráticas complexas, que merecem sua tradução. As experiências com aqueles personagens que dão os primeiros passos na área são, com certeza, referências para elaborar programas de formação profissional dos realizadores de conteúdos digitais para a multiplicidade de dispositivos que é ofertada.

Referências

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Telejornalismo.** Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BENEVENUTO JR., Álvaro. **Diário de campo.** Caxias do Sul, 2009-2014.

_____. **Das ruas para a sala de Jantar: a TV Bancários de Porto Alegre.** Porto Alegre, 1998. Dissertação (Mestrado). PUC-RS, 1998.

GERBASE, Carlos. **Cinema.** Direção de atores. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

HOWARD, David; MABLEY, Edward. **Teoria e Prática do Roteiro.** São Paulo: Globo, 1996.

KELLINSON, Catherine. **Produção e Direção para TV e Vídeo.** Rio de Janeiro: Campus, 2007.

SANTORO, Luis Fernando. **A imagem nas mãos.** São Paulo: Summus, 1986.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das Câmeras.** São Paulo: Summus, 1998.

RAMIRO PIGOZZI. **Projeto Olhar Digital.** Disponível em: <http://ramiropigozzi.blogspot.com.br/2009/11/projeto-olhar-digital.html> . Acesso em: 10 Jul. 2014.

Capítulo 12

Comunicação e Educação: jogo de mediações no processo de didatização de adaptações cinematográficas

Eliana Nagamini[1]

Introdução

Nossas reflexões têm início na sala de aula, resultado da vivência de práticas educativas para formação do leitor de obras literárias. É comum aos professores de Língua Portuguesa e Literatura a resistência dos alunos em relação à leitura de obras literárias. Reconhecemos a presença de estruturas narrativas em diversos meios

1. Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP), Mestre em Teoria Literária e Literatura Comparada (FFLCH/USP), Especialista em Educação em Ambientes Virtuais (Cruzeiro do Sul). Autora do livro **Literatura, televisão, escola. Estratégias para leitura de adaptações** (Cortez, 2004). Docente na Faculdade Cásper Líbero e na Fatec São Paulo, professora-mediadora de Educação a distância do Centro Paula Souza.

de comunicação, tão atrativas quanto a Literatura, mas que podem seduzir de maneira mais eficaz a atenção dos jovens estudantes. Por isso é essencial refletir sobre as práticas educativas e as possíveis relações entre a escola e as várias linguagens que circulam nesses meios, a fim de compreendermos as mudanças que têm ocorrido nos modos de interação dos jovens estudantes com as várias formas de narrar, presentes na contemporaneidade, e que acionam um novo *sensorium* (CITELLI, 2000). Desse modo, acreditamos na relevância de pesquisas na perspectiva dialógica entre a Comunicação e a Educação[2].

Temos em vista que uma das possibilidades para tornar as atividades de leitura mais atraentes seja a didatização[3] de adaptações de obras literárias, ou seja, por meio de práticas educomunicativas, propor estratégias de estudo de texto literário e de filmes inspirados em tais obras. Antes, porém, é importante compreendermos quais fatores podem viabilizar a presença das adaptações no conteúdo curricular para estabelecer o diálogo da escola com os meios de comunicação.

2. Este artigo apresenta um recorte da Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-graduação da ECA/USP, **Comunicação em diálogo com a Literatura: mediações no contexto escolar**, sob a orientação do Prof. Dr. Adilson Citelli, defendida em 2012.

3. O termo é utilizado para textos que não foram produzidos para a escola, com função didática, mas podem tornar-se objeto de estudo no contexto escolar, como por exemplo, as propagandas, os programas televisivos e as adaptações produzidas pelo cinema.

Nossa pesquisa ouviu professores de Língua Portuguesa e Literatura (LPL) do Ensino Médio; e o cenário escolhido é o de escolas da Rede Estadual de Ensino Médio. A investigação agregou várias vozes de professores, visto que esse profissional convive diariamente com questões educacionais de naturezas diversas – institucionais, administrativas, pedagógicas, comportamentais –, cujas projeções culturais participam e determinam o exercício de sua função como educador e mediador.

Partimos da hipótese de que as interferências e as intercorrências no interior das múltiplas mediações influenciam na presença das adaptações em sala de aula. Ou seja, apenas uma das mediações com fatores favoráveis não garante a didatização das adaptações, é necessário que no jogo de mediações seja possível eliminar as tensões e criar distensões.

A pesquisa de campo[4] envolveu sete escolas, selecionadas a partir de um mapeamento que abrangesse as várias regiões[5] da cidade de São Paulo – Centro, Leste, Oeste, Norte e Sul. Responderam ao questionário 91

4. Os gráficos e tabelas estão disponíveis na Tese já mencionada: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-22052013-104907/pt-br.php .

5. Participaram professores de Língua Portuguesa e Literatura, do Ensino Médio, atuantes nas seguintes escolas: EE Senador Paulo Egydio de Oliveira, EE Brasílio Machado, EE Caramuru, EE Anhanguera, EE Pereira Barreto, EE Mariano de Oliveira, EE Fidelino de Figueiredo.

professores do conjunto curricular[6], sendo 32 deles de LPL, e dentre esses, 20 concederam entrevistas.

1. A interface Comunicação e Educação: um estudo das mediações.

A preocupação com o impacto que os meios de comunicação poderiam exercer sobre o receptor e sobre a vida cotidiana remontam desde as primeiras décadas do século XX, no contexto norte-americano (CITELLI, 2010). O pressuposto recaía sobre a alegada falta de visão crítica dos jovens, cuja vida era invadida por mensagens supostamente ingênuas, porém embasada em ideologia muitas vezes contrária àquela aceita pela sociedade da época.

Despontava, nesse contexto, um viés que aproximava problematizações da Educação aos processos comunicacionais, pois, ainda que não se referisse a uma interface, já se notava que o avanço dos meios de comunicação operava transformações no modo de vida.

Diante dessa desconfiança, foram criados projetos com o objetivo de alertar sobre as estratégias de manipulação e dominação exercidas pelos meios. Surgiram

6. Acreditamos que, no âmbito da escola, são importantes os procedimentos de socialização para a construção de espaços mais abertos ao diálogo, por isso professores de outras disciplinas (História, Geografia, Matemática, etc.) também participaram da pesquisa de campo, mas somente para responder os questionários.

os programas voltados para a "leitura crítica dos meios", entre as décadas de 1980 e 1990. Na América Latina, segundo Soares, os estudos sobre a teoria das mediações "permitiu uma mais lúdica visão do processo de recepção, promovendo importante mudança na pedagogia da educação para os meios" (SOARES, 1999, p. 22). O enfoque deixou de ter um caráter defensivo para adotar-se uma postura mais participativa, quer dizer, a melhor forma para conviver com os meios é compreender os processos comunicacionais desenvolvendo atividades didático-pedagógicas no espaço escolar.

A partir da década de 1990, ganhou destaque uma educação para os meios e para o uso das tecnologias no ensino, distanciando-se do uso instrumental e caminhando mais na direção da transversalidade e da interdisciplinaridade.

Soares (1999) destaca a importância de Celestin Freinet e Paulo Freire, pois ambos já apontavam a interação educando/educador como fator decisivo para a transformação da escola: à medida que as relações de socialização viabilizam a comunicação e a expressão, obtêm-se as condições necessárias para a construção do conhecimento em um ambiente de ensino-aprendizagem mais dialógico. Esse é um aspecto que caracteriza a interface Comunicação/Educação, ou seja, a situação educativa deve se constituir como um "campo de diálogo" (SOARES, 2011a) que permita ao educando desenvolver uma competência comunicativa.

A questão da competência comunicativa, também discutida por Orozco Gómez (2001, 2014), constitui-se

nas múltiplas mediações ao orientar modos de ler/ver, ou seja, a mediação permite contextualizar e recontextualizar as mensagens midiáticas, tornando-as significativas para as práticas sociais, dentro e fora da escola, na medida em que orienta a percepção dos valores éticos, morais, ideológicos e culturais. Considerar a escola "não apenas como espaço de leitura e recepção crítica dos meios, mas também como local de produção e de endereçamento de respostas às mídias" (OROFINO, 2005, p. 41-42), permite-nos reconhecer os fatores que determinam as mediações.

Como a topografia da interface Comunicação/Educação é movediça (HUERGO, 2000), as mediações não podem ser postuladas como algo que se enraíza e se solidifica. Ao contrário, elas se movem e se sobrepõem umas às outras, por isso as pesquisas na interface caminham para a constituição epistemológica da Educomunicação, visto que

> o novo campo, por sua natureza relacional, estrutura-se de um modo processual, midiático, transdisciplinar e interdiscursivo, sendo vivenciado na prática dos atores sociais, através de áreas concretas de intervenção social. (SOARES, 2011a, p. 25)

As áreas de intervenção social, isto é, "as ações mediante as quais, ou a partir das quais, os sujeitos sociais passam a refletir sobre suas relações no âmbito da educação" (SOARES, 2011b, p. 47), são constituídas por: 1)

Educação para a comunicação, cujo estudo centra-se na compreensão do lugar dos meios na sociedade e seu impacto; preocupa-se com a recepção crítica e toma como base a teoria das mediações; 2) Expressão comunicativa através das artes, voltada para a Arte-Educação e suas diversas formas de expressão artística; 3) Mediação tecnológica na educação, ou seja, os procedimentos e as reflexões sobre a presença das tecnologias da informação e seus múltiplos usos na educação; 4) Pedagogia da comunicação com enfoque na educação formal, com participação dos sujeitos do processo educativo (professor e aluno); 5) Gestão comunicativa, que opera o planejamento e a execução de ações, com o objetivo de criar ecossistemas comunicacionais no espaço educativo; 6) Reflexão epistemológica, basicamente processada no âmbito acadêmico, através de estudos sobre a natureza do próprio fenômeno constituído da inter-relação entre Comunicação e Educação, que resulta na produção de uma metalinguagem.

E, ainda que não tenhamos um contorno definido e definitivo de um novo campo, considerando a concepção de campo científico de Bourdieu (1983), as pesquisas voltadas à esfera da Comunicação e da Educação trazem perspectivas relevantes para operarmos transformações no processo de ensino-aprendizagem, a fim de obtermos resultados mais significativos para a leitura crítica dos meios.

Para isso, rever de que modo integrar as tecnologias à educação sem tornar os aparelhos apenas um instrumento de uma aparente modernização da escola é um

primeiro passo na direção das práticas educomunicativas. Não basta equipar as escolas, como afirma Citelli, ao constatar a inegável presença de aparelhos comunicacionais no espaço escolar, pois de fato há "uma tentativa de acompanhar a celeridade das mudanças ocorridas no âmbito das tecnologias audiovisuais" (2011, p. 69), mas os problemas que a escola enfrenta ultrapassam a simples existência desses equipamentos. Para o pesquisador, há uma necessidade de um projeto que apresente "uma visão ampla de como e por que integrar a comunicação mediada – os sistemas e processos que incluem televisão, rádio, jornal, internet, etc. – ao ambiente educativo" (CITELLI, 2010, p. 76).

Ademais, os mecanismos de produção de sentidos estão sujeitos a vários fatores de mediações, de natureza social, econômica, cultural, etc, e "a recepção é um processo e não um momento, isto é, ela antecede o ato de usar um Meio e prossegue a ele", como afirma Lopes (2011, p. 47), e por isso a mediação deve ser analisada como um processo em cujo interior ocorrem as negociações de sentido.

Nessa perspectiva, o estudo das mediações fornece subsídios essenciais para compreendermos os fatores culturais que acompanham o cotidiano da escola, pois são esses fatores que determinam a complexidade do "jogo de mediações", influenciando nas decisões dos professores sobre as práticas pedagógicas.

Salientamos que, ao apontarmos a necessidade da criação de novos espaços para o diálogo na escola, não estamos propondo a substituição dos conteúdos

desenvolvidos por ela, mas sim maior abertura para o movimento tecnológico que ocorre fora do espaço escolar. Não podemos negar a existência de novos modos de interagir com o mundo que se refletem no ambiente escolar, ou seja, temos que reconhecer que há pressões externas com as quais a escola precisa conviver e discutir, como os valores morais veiculados nos filmes, as tendências de comportamento presentes em revistas dirigidas para os vários segmentos de faixa etária, as estratégias de sedução para o consumo nas propagandas. Uma concepção de currículo aberta para o diálogo certamente possibilitaria a didatização de adaptações.

Vale ressaltar que o ensino de Literatura convive com impasses relacionados não somente às estratégias aplicadas na sala de aula, mas também aos critérios de seleção do conteúdo. Não há neutralidade na seleção das obras literárias estudadas no ensino básico; o estudo da Literatura certamente revela posicionamentos de uma cultura hegemônica, muitas vezes distante do universo dos educandos. Não temos dúvida de que as obras estudadas na sala de aula tenham valor estético e literário, contudo seria ingênuo de nossa parte não reconhecer que a crítica literária, ou mesmo as orientações em livros didáticos conduzem a interpretações impregnadas por aspectos ideológicos.

Sem dúvida o estudo de obras literárias é essencial para a formação do leitor. Para Barbosa (1994, p. 26), o papel da escola é formar leitores que sejam capazes de discriminar valores estéticos, selecionando textos que tragam elementos de significação para os jovens. No entanto, a tradição

livresca da escola confronta-se com a descentralização do livro na contemporaneidade (MARTÍN-BARBERO, 2014), pois a imagem ganha destaque na composição de textos midiáticos e, como afirma Citelli, "a imagem alcançou patamar de narratividade cultural ampliada, ajudando a organizar as próprias formas de pensamento" (2006, p. 19), o que provoca uma reconfiguração da relação entre a palavra e a imagem, principalmente no universo escolar. Trata-se, portanto, da busca de uma nova discursividade, construída por um leitor/autor, pois a montagem do tecido, no momento da leitura, o transforma também em autor, ou melhor, em coautor. O leitor não é passivo, ao contrário, ele participa da construção de sentidos, tanto em textos verbais, como nos não verbais. É por isso que a diversidade de linguagens deve compor os conteúdos desenvolvidos na sala de aula.

Tanto Meyrowitz (2001) como Dizard (2000) atestam que a compreensão desses novos meios pelos jovens é um fator essencial para a interação com o mundo e a inserção no universo do trabalho. Desse modo, o que se apresenta para a escola é o desafio de prepará-los no contexto contemporâneo, isto é, desenvolver uma "pedagogia dos meios" (OROZCO GÓMEZ, 1997; OROFINO, 2005).

Meyrowitz (2001) aponta a ocorrência de um enfraquecimento das estratégias pedagógicas voltadas para a leitura, tendo em vista que os diversos meios armazenam e transmitem informações, antes tarefas desenvolvidas no espaço educativo. Os jovens, independentemente da escola, são capazes de ler a TV e interagir com

o computador. No entanto, o que presenciamos, de um lado, é o fato de a escola voltar-se mais para a primeira alfabetização, isto é, aquela que "abre para o mundo da escritura" (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 51); por outro lado, os meios tecnológicos, em sua diversidade de estrutura e de linguagem, são postos na sala de aula apenas como instrumental, e não como elemento de alfabetização digital e/ou audiovisual. E, ao contrário, esta deveria compor uma segunda alfabetização ou o que Huergo (2000) chama de alfabetização pós-moderna.

O texto literário passa a ocupar outro lugar ao ser adaptada, ou seja, nas telas midiáticas. Trata-se, pois, do reconhecimento de que as significações presentes na adaptação podem trazer valores e ideologias diferentes daqueles postulados nos textos literários que, construídos em contextos diferentes, rediscutem esses valores e ideologias conforme uma nova dinâmica social. O "lugar social da produção" e o "lugar social da recepção" (BACCEGA, 2000/2001) delimitam as formas de construção das representações, uma vez que não há neutralidade no processo de adaptação, tendo em vista as várias mediações existentes na transposição da linguagem e do suporte midiático[7]. Para o estudo das adaptações, torna-se essencial o reconhecimento dos elementos de

7. Uma das mediações é a do roteirista que interpreta a obra literária e faz escolhas narrativas e estéticas para compor o novo texto.

permanência e de atualização[8], ou seja, é importante perceber quais componentes constituem a memória da obra literária e quais aspectos resultam no desvio e a deformam.

2. Mediação: conceito e suas implicações na prática pedagógica

Martín-Barbero (2003, 2014) discute a relação entre comunicação, cultura e política, tendo em vista as mediações que as tecnologias acionam na construção dos sentidos. A centralidade da comunicação cria modelos de sociedade e interfere na composição da identidade dos sujeitos. O deslocamento do eixo do estudo dos meios para as mediações, proposto pelo autor, permite compreender de que maneira as práticas comunicacionais determinam matrizes culturais diversas e acabam acionando um *habitus* cultural.

De acordo com Bourdieu (1983, p.60), a noção de *habitus* relaciona-se a estruturas estruturantes a partir de práticas e representações. E, neste sentido, pode re-

8. No processo de adaptação, os elementos de permanência são aqueles que estão presentes no texto literário, e os de atualização constroem desvios. Os dois movimentos serviram de base para os estudos sobre adaptações publicado no livro **Literatura, Televisão, Escola. Estratégias para leitura de adaptações**, Cortez, 2004.

velar um *modus operandi* de valores e normas incorporadas individualmente e apreendidas de dados coletivos. O referencial coletivo que, advindo de mediações institucionais como a família ou a escola, projeta interditos, conflitos, gostos, isto é, modaliza a percepção do mundo e participa da construção do *ethos*, ou seja, sistema de valores implícitos e profundamente interiorizados, que contribui para definir, entre outras coisas, as atitudes face ao capital cultural e à instituição escolar.

O *habitus* pode conter diferentes percepções, produzindo um movimento de constante redefinição das estruturas, em que fatores sociais e econômicos são decisivos para a dinâmica das práticas sociais. Nesse sentido, o "*habitus* dever ser visto como mediação que constrói processualmente, em muitos momentos da trajetória dos sujeitos, conjunto de experiências acumuladas e interiorizadas, incorporadas" (SETTON, 2009, p. 65), pois a interação dos sujeitos sociais com os meios de comunicação, determinada pelo capital cultural e o *ethos*, revela um *habitus* relacionado ao consumo de bens simbólicos, como os produtos midiáticos, configurando-se pressões e engendramentos que orientam a apreensão dos bens simbólicos.

É nos cenários onde ocorrem as mediações – como o espaço doméstico ou escolar, em que se articulam práticas culturais diversas – que os sujeitos podem compartilhar e confrontar ideias, opiniões, gostos e preferências, construindo formas de interação e apreensão das mensagens midiáticas e, também, projetando identidades.

A contribuição de Orozco Gómez (2001, p.23), nesse sentido, reside no fato de ele conceber a existência

de múltiplas mediações na relação entre o receptor e o meio. O teórico também destaca que estudos centrados apenas nos meios, sem levar em conta a recepção, ou melhor, a audiência, reduz o entendimento do processo comunicacional.

Desse modo, o receptor não pode ser considerado passivo, porque a interação é resultado da negociação de sentidos, em que matrizes culturais estão em jogo. Charaudeau e Maingueneau (2006, p. 281) atribui à interação comunicativa um processo de ação e reação, de influências, de trocas, que podem ser cooperativas ou conflituosas entre os participantes da situação comunicativa.

A interação recebe influências das mediações e, por estar sujeita a vários fatores econômicos, sociais e culturais, resulta em condutas individualizadas, porém de caráter coletivo, pois se constitui como processo de intercâmbio cultural, proveniente de grupos de interlocução. Ou seja, a mediação resulta da "articulação entre práticas de comunicação e movimentos sociais" (COSTATO, 2009, p. 249), que funciona como sistema de regulação e controle social.

A noção de estruturas de sentimentos, conceito discutido por Williams (2011), pode neste sentido nos revelar particularidades da sociedade para se organizar e construir valores que determinam modos de interação e de mediação. Essa noção aplicada à relação professor/mídia é indicativo de que a mediação se realiza não de modo estritamente individual, pois está impregnada da forma como a sociedade se organiza, ou melhor, da maneira como os indivíduos respondem coletivamente aos fatos sociais.

A interação, como resultado da mediação, carrega, portanto, as contradições e as variações que compõem a dinâmica da relação entre a base e a superestrutura, isto é, entre a realidade dos fatos sociais e as respostas coletivas a esses fatos. Por isso, as mediações no contexto escolar, sob o olhar do professor, são dinâmicas, pois trazem no bojo de sua prática pedagógica elementos de cultura e também da configuração de um *habitus* cultural.

3. Mediações na prática educativa

Para a análise das mediações[9], adotamos os conceitos de apontados por Orozco Gómez. A macromediação é aquela de âmbito mais coletivo, que se aplica diretamente aos sistemas e estruturas institucionais. A micromediação diz respeito à mediação de caráter individual e interliga-se dialeticamente à macromediação. Vale ressaltar que, pela própria natureza da interface Comunicação/Educomunicação, as mediações não têm categorias fixas, pois dependem da maneira como as práticas comunicativas se constituem.

A mediação institucional (macromediação) comporta outras subcategorias de mediações que, em seu conjunto, fornecem parâmetros para compreender o cotidiano dos professores pesquisados. São elas:

9. Os dados levantados junto aos professores de LPL compõem a análise da micromediação e os dados dos demais professores de outros componentes curriculares para a macromediação, e encontram-se registrados na tese já mencionada.

- das diretrizes educacionais: princípios pedagógicos norteadores para todas as disciplinas do ensino básico, presentes nos PCNs;
- organizacional: gestão expressa na hierarquia da escola, como direção, coordenação, docente;
- de infraestrutura: espaço físico da escola, como sala de vídeo e condições de uso desse espaço;
- contextual: composição do corpo docente (carga horária, tempo de serviço, etc,);
- situacional: cenários de interação do corpo docente com os meios de comunicação.

A mediação pedagógica (micromediação) também apresenta outras subcategorias:

- de diretrizes educacionais: conteúdo específico da disciplina, com indicações de materiais didáticos, prática educativa do professor como mediador do conteúdo (Proposta Curricular do Ensino Médio para Língua Portuguesa e Literatura);
- individual:[10] dimensões cognitivas e subjetivas e de contexto profissional;

10. Destacamos que Orozco Gómez atribui como categoria a mediação de referência para os aspectos individuais em seu texto "O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva", da revista *Comunicare*, 2005. Para nosso estudo, adotamos a categoria de mediação individual expressa em "Televisión, audiências y educación", 2001.

- situacional: cenários de interação com as adaptações fílmicas (em casa, no cinema, na escola);
- tecnológica: meio de comunicação como linguagem;
- de paratextos: estratégias de divulgação de filmes.

Essas mediações não acontecem de modo linear, pois ocorre um entrecruzamento em que se cria um contexto de lutas, na medida em que nem sempre as várias mediações operam em consenso a fim de criar um ambiente favorável à didatização das adaptações cinematográficas. Além disso, a sinergia entre as mediações pode torná-las híbridas.

4. A dinâmica dos jogos de mediações

Denominamos de tensão e distensão os fatores que provocam a dinâmica dos jogos de mediações, isto é, as tensões determinam a ausência das adaptações no contexto escolar e as distensões favorecem a sua presença.

O que ocorre, no entanto, é um movimento tendendo ora para a tensão, ora para a distensão, em que os cruzamentos das mediações configuram um quadro complexo que influencia na prática pedagógica do professor de LPL.

4.1. Macromediação e as implicações no contexto escolar

No interior da macromediação, observamos a ocorrência de tensões e distensões que atravessam as subcategorias da mediação institucional.

Na mediação das diretrizes educacionais, o conteúdo unificado e a necessidade de seguir as propostas contidas nos Cadernos[11] cerceiam a autonomia dos professores. Mesmo que as orientações permitam a elaboração de outros materiais didáticos, nem sempre isso ocorre, pois a preparação demanda tempo. Nesse aspecto, há um cruzamento com a mediação contextual, que muitas vezes obriga o professor a ampliar a jornada de trabalho para compensar a deficiência do piso salarial. Desse modo, o professor de LPL reduz o tempo para preparação de aulas.

No Plano Estadual de Educação[12] (PEE), a meta 8, que prevê cursos de formação continuada para profissionais da rede de ensino, configura um atenuante para a tensão provocada pelo controle dos conteúdos programáticos, na medida em que a criação de cursos *on-line* subsidiaria práticas pedagógicas com várias linguagens. Porém, a quantidade de salas de vídeo não atende à demanda do número de turmas das unidades escolares (mediação da infraestrutura), porque a meta 10, para programas de re-

11. Em 2007, foi criado um programa para a Rede Estadual de Ensino a fim de implantar um currículo único para todas as escolas da rede: Programa "São Paulo Faz Escola". A iniciativa previa a padronização dos planos de aulas (Caderno do Professor) e garantia material didático (Caderno do Aluno).

12. São metas educacionais programadas, com base nas avaliações institucionais, para melhorar o ensino. Disponível em: HTTP://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=87027, último acesso 18/03/2012).

formas e manutenção das escolas, ainda não foi cumprida em sua totalidade (mediação das diretrizes educacionais), pois depende de verba orçamentária e licitações para contratar empresas especializadas.

A mediação organizacional apresenta duas tensões. Uma delas é o fato de a direção da escola ficar mais envolvida com atividades administrativas do que pedagógicas, gerando algumas vezes um distanciamento com o corpo docente. A segunda tensão é a ausência de um coordenador por área, conforme aquelas apontadas nos PCNs, ou seja, "Linguagens, códigos e suas tecnologias", "Ciências da Natureza, Matemáticas e suas tecnologias", "Ciências Humanas e suas tecnologias". Desse modo, a escola teria pelo menos três coordenadores para desenvolver projetos específicos nessas áreas. Todavia, observamos que a participação ativa dos professores coordenadores neutraliza as dificuldades para atender a todo corpo docente. Há incentivo e abertura para a realização de atividades, principalmente as de caráter interdisciplinar. Além disso, vemos como fator positivo a utilização dos HTPCs não apenas para discussões pedagógicas, mas também para as decisões coletivas de naturezas diversas.

Uma das tensões da mediação da infraestrutura está relacionada à mediação contextual. A ausência de um encarregado pela sala de vídeo e equipamentos desestimula o uso dos recursos tecnológicos, já que a distribuição das aulas durante a semana fragmenta a composição da grade horária e o tempo é suficiente para preparar a sala e deslocar os alunos. Nesse caso, as atividades

interdisciplinares amenizam esse problema, ou seja, a distensão da mediação organizacional neutraliza a tensão das mediações da infraestrutura e da contextual.

As salas-ambiente[13] também podem neutralizar a tensão da infraestrutura, se houver apoio para o uso das tecnologias, desde a elaboração de material didático até o manuseio dos equipamentos. Assim, temos o cruzamento com a distensão da mediação das diretrizes educacionais.

Na mediação situacional, dentro e fora da escola, a distensão tem peso maior do que a tensão, pois consideramos relativa a tensão de que somente alguns professores reconhecem a possibilidade de didatizar adaptações, devido às especificidades das disciplinas. Para Matemática, Química e Física há certamente dificuldade para selecionar adaptações.

A mediação situacional indica a existência de um ambiente favorável ao trabalho do professor de LPL com as adaptações, ou seja, seria possível a cooperação dos demais colegas para ultrapassar as tensões das mediações de infraestrutura e de diretrizes educacionais.

4.2. Interferências na micromediação

A mediação das diretrizes educacionais contém as mesmas tensões do quadro da macromediação, pois o

13. A sala-ambiente era destinada a uma determinada disciplina, podendo ser adequada de acordo com as necessidades de cada uma delas. A implantação ocorreu em 1997, uma iniciativa da SEE.

corpo docente precisa seguir as determinações da Secretaria da Educação. A diferença reside nas orientações especificas para a disciplina Língua Portuguesa e Literatura, mantendo-se no quadro de tensões, pois exercem um controle sobre os conteúdos.

É preciso considerar que, se de um lado os PCNs[14] do Ensino Médio permitem desenvolver conteúdos com temáticas mais adequadas para atender às necessidades dos alunos, de outro lado a SEE regula o fazer pedagógico com a criação de Cadernos do professor.

A utilização de livros didáticos também configura uma tensão, já que esses manuais elaboram os conteúdos de acordo com as orientações educacionais e organizam o estudo da Literatura de forma tradicional, isto é, através dos períodos literários.

Na prática pedagógica, projetos inovadores provocam movimentos complexos, em que o corpo docente pode exercer resistência para mudanças, devido a condutas enraizadas no contexto escolar, pois "as ações, comportamentos, escolhas ou aspirações individuais não derivam de cálculos ou planejamentos, são antes produtos da relação entre um *habitus* e as pressões e estímulos de conjuntura" (SETTON, 2002, p. 64).

Outro aspecto importante é a semelhança da mediação individual com a mediação contextual, da macro-

14. Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio são condutas para a reforma curricular, tendo em vista as demandas do mundo contemporâneo, que orientam o trabalho didático-pedagógico.

mediação, que deixa transparecer a realidade econômica e social dos professores que, certamente, se reflete no consumo de bens simbólicos e culturais, isto é, no capital cultural. Essas duas mediações são neutralizadas, em parte, pela distensão da mediação situacional (dentro e fora da escola), já que a interação com os meios de comunicação ocorre com relativa frequência.

Na mediação situacional, fora da escola, a casa é o lugar escolhido para a interação com as adaptações, permitindo que o professor administre o tempo não só para o lazer como também para o convívio familiar. Trata-se de um espaço de trocas e negociações, considerando-se que muitas vezes a seleção do filme é feita por outro membro da família. O critério de escolha, nesse sentido, não está relacionado às preferências do professor, é antes marcado pela afetividade, pois a atividade de lazer não tem um fim pedagógico, mas pode adquirir tal finalidade.

Já a mediação situacional, dentro da escola, contém dados relevantes para a didatização das adaptações cinematográficas. O conjunto de distensões dessa mediação é intensificado pela mediação das diretrizes educacionais, mas pode ser neutralizado pelas tensões da mediação da infraestrutura (macromediação) e da individual (micromediação). Isto é, entre a possibilidade de didatização das adaptações e a realização efetiva de uma prática pedagógica, as limitações podem estar relacionadas à demanda da sala de vídeo e à distribuição das aulas durante o período, o que inviabiliza a exibição de um filme inteiro.

Dessa maneira, projetos com objetivo de estudar as adaptações só poderão ser realizados se forem agregadas

as distensões da mediação situacional (da macro e da micromediação) e organizacional. Ou seja, com apoio e incentivo do corpo docente e do professor coordenador para a realização de atividades interdisciplinares, o professor de LPL terá condições favoráveis para didatizar adaptações cinematográficas.

Vencidas as várias tensões das mediações das diretrizes educacionais, da individual, da situacional, deparamo-nos com a mediação tecnológica, cujas tensões revelam o pouco conhecimento dos entrevistados sobre o processo de adaptação da obra literária para a linguagem audiovisual e as dificuldades para manusear os recursos tecnológicos.

Para atenuar as tensões da mediação tecnológica, seria necessário, nesse sentido, que fossem criados curso de formação continuada para estudar especificamente a gramática audiovisual, como as estratégias de composição visual e sonora (planos, enquadramentos, trilha sonora) e os mecanismos de edição para a construção dos sentidos. Tal estudo, aliado à análise dos elementos de permanência e de atualização, isto é, do processo de adaptação, daria suporte teórico aos professores na proposição de atividades com as adaptações.

Também seria possível programar oficinas pedagógicas, através das Diretorias de Ensino, para o manuseio dos equipamentos tecnológicos; contudo, somente tal iniciativa não neutralizaria a tensão provocada pela mediação da infraestrutura (macromediação) e ainda permaneceriam as limitações de tempo e a ausência de um responsável, ou equipe de apoio, para agilizar o trabalho do professor.

A mediação de paratextos está interligada à mediação tecnológica, porque os paratextos, que se configuram como circuitos informativos e orientam a apreensão da adaptação cinematográfica, podem gerar um olhar redutor para adaptações, principalmente quando o título é homônimo ao da obra literária – ou seja, a falta de conhecimento sobre o processo de adaptação induz a uma leitura meramente comparativa entre a adaptação e a obra literária, criando um juízo de valor que deprecia a adaptação quando esta não segue fielmente o texto de partida e, neste caso, resulta em tensão.

Mesmo que as estratégias de divulgação não atinjam o seu o objetivo, isto é, o de estimular a frequência nas salas de cinema, os paratextos promovem condutas posteriores à exibição nos cinemas, quando a interação é realizada através do DVD. Temos o cruzamento com a distensão da mediação situacional (fora da escola).

Observamos que, para viabilizar o trabalho pedagógico com as adaptações cinematográficas, é decisivo que as distensões ocorram com maior intensidade para neutralizar as tensões. Na mediação institucional, a subcategoria da infraestrutura nos parece a mais problemática, por interferir diretamente na mediação pedagógica. Embora a mediação contextual contenha aspectos agravantes, a mediação situacional e a organizacional amenizam possíveis interferências do corpo docente em relação à prática do professor de LPL.

Na mediação pedagógica, as mediações individual e tecnológica são as que mais determinam a ausência das adaptações cinematográficas no contexto escolar, so-

bretudo porque não têm distensões diretas e, por isso, dependem de um número maior de atenuantes na mediação da infraestrutura. Logo, podemos dizer que a ausência das adaptações cinematográficas no contexto escolar decorre das tensões das mediações de infraestrutura, individual e tecnológica.

Conclusão

Esta pesquisa buscou refletir sobre a necessidade de a escola aprender a conviver com as transformações do mundo contemporâneo. Propomos, como uma das possibilidades para incentivar a leitura, maior diálogo entre o texto literário e as linguagens audiovisuais, através da didatização de adaptações cinematográficas.

Porém, diante do que foi exposto, afirmamos que a dinâmica dos jogos de mediações revela que as categorias mediativas podem detectar as razões pelas quais as adaptações cinematográficas não integram o conteúdo programático de Língua Portuguesa e Literatura, do Ensino Médio da Rede de Ensino Estadual.

E, a análise do jogo de mediações, na perspectiva da interface Comunicação e Educação, torna possível a elaboração projetos de ações educomunicativas, adequadas para o desenvolvimento das diversas competências, tais como as audiovisuais e as linguísticas.

Referências

BACCEGA, M. A. A construção do campo comunicação/educação: alguns caminhos. **Revista USP,** São Paulo, n. 48, pp. 32-45, dez./fev. 2000/2001.

BARBOSA, J. A. Literatura nunca é apenas literatura. In: BARBOSA, J. A.; MARINHO, J. M.; ALVES, M. L.; DURAN, M. **Séries Idéias**, n. 17. São Paulo: FDE, 1994. pp. 21-6

BOURDIEU, P. O campo científico. In: ORTIZ, R. (org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.

CITELLI, A. **Comunicação e educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Senac, 2000.

_____. Linguagem verbal e meios de comunicação: sobre palavras e (inter)ditos. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, pp. 32-45, dez./fev., 2000/2001.

_____. **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo: Senac, 2006.

_____. Comunicação e Educação: convergências educomunicativas. **Revista da ESPM – Comunicação, Mídia E Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 19, jul. 2010.

_____. Comunicação e educação: implicações contemporâneas. In: CITELLI, A. O.; COSTA, M. C. (orgs.). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

COSTATO, J. Mediação. In: MARCONDES FILHO, C. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

DIZARD JR., W. **A nova mídia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

HUERGO, J. A. Comunicación/Educación: itinerários transversales. In: VALDERAMA, Carlos. **Comunicación & Educación**. Bogotá: Universidad Central, 2000. pp. 3-25.

LOPES, M. I. V. _____. Pesquisa de recepção e educação para os meios. In: CITELLI, A O. e COSTA, M. C. C. (orgs.). **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

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

_____. **A comunicação na educação**. Trad. Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Dafne Melo. São Paulo: Contexto, 2014

MEYROWITZ, J. As múltiplas alfabetizações midiáticas. **Famecos**, Porto Alegre, n. 15, agô. 2001.

NAGAMINI, E. **Literatura, televisão, escola: estratégias para leitura de adaptações.** São Paulo: Cortez, 2004.

OROFINO, M. I. **Mídias e mediação escolar: pedagogia dos meios, participação e visibilidade.** São Paulo: Cortez, 2005. (Coleção Guia da Escola Cidadã, 12).

OROZCO GÓMEZ, G. Professores e meios de comunicação: desafios estereótipos. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo: Moderna, n. 10, set./dez., 1997.

_____. **Televisión, audiências y educación**. Buenos Aires: Norma, 2001.

_____. Educomunicação. **Recepção midiática, aprendizagem e cidadania**. Trad. Paulo F. Valério. São Paulo: Paulinas, 2014.

SETTON, M. G. J. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, n. 20, mai./jun./jul./ago. 2002.

SOARES, I. O. Comunicação/Educação, a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Contato**, Brasília, ano 1, n. 1, pp.19-74, jan./mar. 1999.

_____. Educomunicação: um campo de mediações. In: CITELLI, A. O. e COSTA, M. C. C. (orgs.). **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento. São Paulo: Paulinas**, 2011a.

_____. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para reforma do Ensino Médio.** 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2011b.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. Trad. André Glaser. São Paulo: Unesp, 2011.

Capítulo 13

As Inquietações da Adolescência: Os Desafios Epistemológicos do GP de Comunicação e Esporte em Seus 18 anos de História

José Carlos Marques[1]
Ary José Rocco Junior[2]

1. Doutor em Ciências da Comunicação (Habilitação Jornalismo) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru) e Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol). Vice-Coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Esporte da Intercom.

2. Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) e Mestre em Administração pela PUC/SP. Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências do Esporte da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP) e do Programa de Mestrado Profissional em Administração do Esporte da Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Líder do GEPAE (Grupo de Pesquisa em Gestão do Esporte). Coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Esporte da Intercom.

1. Introdução

A proposta deste artigo é oferecer ao leitor uma reflexão e uma reconstituição história sobre como vem sendo tratada a relação entre a comunicação e o esporte no âmbito das atividades científicas da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), desde o ano de 1997, quando se organizou o primeiro grupo de estudos destinado a temáticas que contivessem o esporte como objeto de análise, até os dias de hoje.

Ao conquistar sua maioridade em 2014, realizando o 18º encontro nos congressos anuais da Intercom, a mesma organização temática aparece agora com o nome de Grupo de Pesquisa (GP) de Comunicação e Esporte, mas numa configuração um pouco distinta daquela que esteve presente em sua origem. Ao longo deste período, não foram poucos os percalços pelos quais passou a aproximação entre as ciências da comunicação e o esporte dentro da Intercom, numa relação recheada de encontros e desencontros. Debater os dilemas e os desafios deste adolescente, portanto, é a proposta que ora apresentamos.

2. O nascimento e a primeira infância

Como o leitor há de saber, a Intercom é uma associação científica sem fins lucrativos, fundada em São Paulo

a 12 de dezembro de 1977. Atualmente, a entidade agrega pesquisadores em diferentes Grupos de Pesquisa, que debatem e discutem, nos encontros anuais, seus trabalhos de pesquisas multidisciplinares na área de comunicação.

Desde 1978, a Intercom promove um congresso anual, com a reflexão sobre temas relacionados ao campo da comunicação e a organização de conferências, palestras, mesas, oficinas etc. A partir do XIII Congresso de 1990, realizado no Rio de Janeiro (RJ), dada a grandeza e a dimensão de seus encontros anuais, a entidade acabou por elaborar algumas sessões de apresentação de trabalhos organizadas na forma de grupos de estudos – o embrião dos então chamados Grupos de Trabalho (GTs). Já em seu XIV Congresso, realizado em Porto Alegre (RS) em 1991, essa atividade estruturou-se de maneira mais efetiva e com caráter permanente (os que quiserem conhecer com mais detalhamento esta história devem ler o capítulo "Intercom completa 25 anos e atinge a maioridade"[3]).

Nos anos seguintes, os então GTs passaram a ganhar cada vez mais importância, transformando-se em pouco tempo naquilo que poderíamos chamar de "coração" dos Congressos da Intercom: foi em torno dos GTs que

3. O texto faz parte da obra **Intercom 25 anos – XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. PERUZZO, Cicília M. Krohling & MOREIRA, Sonia V. (Orgs.). Coleção Intercom 2002. Disponível em http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/9ed470079fe4978aceab8c597c18a028.pdf. Acesso em 25 jul. 2014.

pesquisadores do Brasil e do exterior puderam aglutinar seus trabalhos e arregimentar esforços no sentido de dinamizar a própria entidade (como veremos mais à frente, os GTs passaram a chamar-se Núcleos de Pesquisa – NPs em 2000, até chegarem à nomenclatura atual de Grupos de Pesquisa – GPs em 2007).

A relevância dos GTs da Intercom na década de 1990 ganhou tal dimensão que eles passaram a ser divididos em duas categorias: "Monotemáticos" e "Multidiscplinares". Em igual medida, também começou a se fazer cada vez mais premente a demanda dos pesquisadores da área de comunicação pela criação de novos GTs, a fim de se verticalizar e se ampliar a discussão em torno de temas específicos. Esse processo culminou, no XIX Congresso Anual da Intercom realizado em 1996 em Londrina (PR), com a apresentação da proposta de criação do **(GT)** "**Mídia e Esporte**", sob a coordenação do Prof. Dr. Sérgio Carvalho, da Universidade Federal de Santa Maria/RS (UFSM). A criação do GT foi aprovada em Assembleia Geral dos sócios da entidade, com a realização, no ano seguinte, do processo de avaliação de papers tendo em vista a estreia do grupo no XX Congresso Anual da Intercom, realizado em Santos (SP).

À época, os GTs Monotemáticos (mais tradicionais e com maior número de pesquisadores envolvidos) tinham sessões de apresentação de trabalhos no período da manhã; já os GTs Multidisciplinares (ainda emergentes, com um número menor de afiliados) funcionavam no período da tarde. Isso permitia ao congressista transitar por mais de um grupo durante o evento. Na tabela

a seguir, apresentamos em ordem alfabética o quadro de GTs existentes no ano em que o de Mídia e Esporte passou a funcionar. Tínhamos então um total de 27 grupos, assim organizados:

GTs Monotemáticos (10)	GTs Multidisciplinares (17)
Cinema e Vídeo Ensino de Comunicação Jornalismo Produção Editorial Propaganda Rádio Relações Públicas Semiótica Televisão Teoria da Comunicação	Comunicação e Ciência Comunicação e Cultura Popular Comunicação e Educação Comunicação e Etnia Comunicação e Recepção Comunicação e Relações de Gênero Comunicação e Religiosidade Comunicação Organizacional Comunicação Rural Economia das Comunicações Ficção Televisiva Seriada Gêneros de Cultura de Massa História e Comunicação Humor e Quadrinhos Imaginário Infantil **Mídia e Esporte** Políticas de Comunicação

Em 1997, portanto, o GT Mídia e Esporte conhecia seu primeiro ano de funcionamento e contava com a participação de alguns poucos pesquisadores – entre

eles Marli Hatje, Vicente Higino, Paulo Leandro, Nicolas Lois, Vera Camargo e José Carlos Marques. A pouca permanência de pesquisadores filiados ao grupo, aliás, provocaria alguns problemas institucionais ao grupo, como veremos mais à frente. Um detalhe: em 1997 o GT aparecia no Livro Programa do Congresso com o nome de "Esporte e Mídia", mas em 1998 ele já viria com a nomenclatura "Mídia e Esporte".

O Prof. Sérgio Carvalho, principal mentor da proposta do GT, provinha da área da Educação Física, curso no qual havia se graduado em 1978. Teve uma rica experiência em programas de rádio, promovendo a difusão da atividade física por meio das ondas sonoras, e então decidiu realizar seus estudos de pós-graduação – mestrado e doutorado – na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA – USP). Sua dissertação de mestrado defendida em 1985, por exemplo, analisava a utilização do rádio na difusão da educação física, tendo como modelo o trabalho pioneiro de Oswaldo Diniz Magalhães, iniciado em 1927.

Mais tarde, Carvalho foi um dos responsáveis pela dinamização da interface entre a comunicação e a educação física junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano (CEFD) da UFSM, no qual criou a subárea "Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física" em nível de especialização, mestrado e doutorado. Sua atuação como pesquisador profícuo e a capacidade de aglutinar equipes, aliás, levaram-no a ser agraciado pela Intercom, em 1999, com o Prêmio Luiz Beltrão de Liderança Emergente.

Os objetivos do GT Mídia e Esporte, em seus primórdios, eram discutir a possibilidade ou as estratégias de união de conhecimentos fragmentados e/ou segmentados na comunicação e na **educação física**. Institucionalmente, o grupo buscava interpretar os fenômenos sociais veiculados pelos meios de comunicação, suas interações e consequências na e para a **educação física** e o esporte. A ementa de apresentação do próprio GT aludia ainda à necessidade de se oferecer um espaço privilegiado de discussão do fenômeno esportivo e suas relações com a comunicação e as **ciências do esporte** (os grifos são nossos).

3. A segunda infância

Após quatro anos de gestão (o mandato do Coordenador de cada GT, inicialmente, era de dois anos, renováveis por mais dois), Sérgio Carvalho finalizou sua liderança do grupo após o XXIII Congresso da Intercom, realizado em Manaus (AM) em 2000. A coordenação passou a ser exercida pela Profa. Dra. Vera Regina Toledo Camargo, do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo – Labjor, da Unicamp (Universidade de Campinas). A Profa. Vera Camargo também possuía graduação em Educação Física; em seguida, obteve o título de mestre em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (1995) e realizou o doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1998).

Ainda em 2000, a Diretoria Científica da Intercom realizou uma grande reestruturação de todos os grupos, extinguindo aqueles que, no entender da entidade, mantinham uma pequena participação de pesquisadores e pouca capacidade de aglutinação. Os GTs remanescentes foram refundados sob a denominação de Núcleos de Pesquisa (NPs), sem a divisão entre monotemáticos e multidisciplires. O então GT "Mídia e Esporte" foi mantido, agora com o nome **Núcleo de Pesquisa** "**Mídia e Esporte**", acompanhando as reformas propostas pela direção da Intercom. A partir de 2004, o mesmo Núcleo passou a chamar-se "**Comunicação e Esporte**", atendendo às demandas e sugestões de seus pesquisadores. Os mandatos dos coordenadores passaram a ser exercidos por três anos, com a possibilidade de recondução por mais três anos.

Em 2005, o grupo reuniu pela primeira vez em livro a produção de seus principais pesquisadores: trata-se da obra ***Comunicação e esporte: tendências*** (MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. – Orgs. Coleção NPs da Intercom. Santa Maria: Palotti). No texto de apresentação do GT, podia-se ler que:

> O Núcleo de Pesquisa busca a reorganização conceitual e a perspectiva de um novo olhar para a **educação física e o esporte** frente aos meios de comunicação. Sua linha condutora de debates procura estabelecer as relações que se evidenciam entre os meios de comunicação e **a educa-**

> **ção física**, principalmente porque a comunicação social é parte integrante do universo do próprio espetáculo esportivo. A área esportiva necessita da comunicação social na mesma medida em que esta necessita do esporte. Trata-se de um casamento de interesses. (*Os grifos são nossos*.)

Mais à frente, ao falar sobre o que representava o espaço conquistado pelo Núcleo "Comunicação e Esporte" junto à Intercom, o livro elencava alguns itens, entre os quais se destacavam dois deles:

> - um momento de reflexão e discussão sobre os conteúdos que envolvem as áreas da comunicação social e da **educação física**, especificamente; [...]
> - o avanço no conhecimento envolvendo a comunicação social, a **educação física** e o esporte, por meio da interpretação dos fenômenos esportivos veiculados pela mídia; (*Os grifos são nossos*.)

Com estas breves citações e com as observações feitas ao final do tópico anterior, quisemos chamar a atenção do leitor para o peso e a importância que se dava, na própria comunicação do GP, à área da Educação Física, algo corroborado, obviamente, pela própria área de atuação de seus dois primeiros coordenadores. Há de se louvar, obviamente, o trabalho precursor que eles realizaram e, mais do que isso, a coragem em levar a cabo a proposta de funcionamento de um grupo de trabalho

em que o esporte estivesse presente. Não é exagero relembrarmos aqui o quanto a academia brasileira, historicamente, vem subdimensionando a importância do fenômeno esportivo. Inexistem, na grande maioria dos cursos de comunicação das universidades públicas do país, disciplinas que tratem de comunicação e esporte, de jornalismo esportivo ou de marketing esportivo. Algumas explicações para isso têm a ver com o fato de o esporte ser visto, para diversos colegas e autores, como um objeto excessivamente mercantilizado e alienante. Essas leituras, em maior ou em menor grau, foram balizadas pelos conceitos marxistas-frankfurtianos (que fundamentaram a chamada escola crítica), em busca dos sentidos e das relações do esporte no seio da sociedade da cultura de massas.

A visão que o esporte recebe por parte da academia também é corroborada, em certa medida, pelo próprio mercado de comunicação, uma vez que o campo do jornalismo brasileiro também cresceu e solidificou-se enxergando o esporte como um assunto pertencente a uma editoria igualmente "menor", especialmente quando sua temática é confrontada com as "editorias importantes" (como Política, Economia, Internacional etc.). Neste sentido, parece ter sido providencial que a proposta de criação do GT Mídia e Esporte tenha partido de pesquisadores oriundos da área da educação física e ciências do esporte. Na década de 1990, dificilmente uma proposta como essa, dentro da Intercom, poderia ter sido liderada por pesquisadores oriundos do campo da comunicação.

Esta condição, no entanto, logo apontaria para algumas dificuldades e dissensões. Alguns trabalhos, elaborados por alunos oriundos de programas de educação física e ciências do esporte, permaneciam presos a um caráter excessivamente descritivo, a partir do mero relato de experiências ou da constatação de resultados de pesquisas de campo. O cerne de suas produções era a educação física e o uso de tecnologias da comunicação (vídeo, áudio, jornais etc.) no ambiente escolar, algo que destoava, epistemologicamente e metodologicamente, daquilo que era apresentado em outros fóruns dos congressos da Intercom.

Além disso, alguns jovens pesquisadores oriundos de cursos de comunicação, ao apresentarem seus trabalhos pela primeira vez no então NP de Comunicação e Esporte, relatavam a incerteza que enfrentavam ao submeter seus papers, uma vez que temiam uma recusa por acharem que, no grupo, predominariam temáticas e preocupações oriundas do campo da educação física. Até mesmo o Prof. Sérgio Carvalho, em entrevista concedida ao ***Jornal Intercom*** em setembro de 2012, citou o estigma que seu grupo sofreu dentro da própria entidade:

> "Lembro que, ao propor a união de alunos de Comunicação e Educação Física para estudos conjuntos, muitos dos estudantes e professores não entendiam a interface e me diziam que meu lugar era na Educação Física ou na Comunicação. Que eu me decidisse", recorda. "Felizmente

> a massificação do esporte e a difusão dos mega-eventos esportivos fizeram com que esses profissionais buscassem aprofundamento, surgindo a função do consultor esportivo como um novo mercado de trabalho". ("Intercom homenageia Sérgio Carvalho, precursor na área de Esporte e Mídia", em **Jornal Intercom**, Ano 8, nº. 217 – 11 de setembro de 2012.) [4]

Por este e por outros motivos que veremos a seguir, o NP de Comunicação e Esporte seria "premiado", de forma negativa, com o anúncio de sua extinção em 2006, após o seu funcionamento no XXIX Congresso Anual da Intercom realizado em Brasília (DF). Nesse mesmo ano, findava o segundo mandato de coordenação da Profa. Vera Toledo de Camargo.

4. A pré-adolescência

Se as dimensões epistemológicas e metodológicas presentes no NP de Comunicação Científica apontavam para um distanciamento do que se produzia em outros NPs da Intercom – algo que, obviamente, não colaborava muito para a sua independência e autonomia –, outras

4. Disponível em http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3216:especial-35--anos-intercom-homenageia-sergio-carvalho-precursor-na--area-de-esporte-e-midia&catid=239. (Acesso em 28 jul. 2014).

questões também promoviam um esgarçamento da vitalidade do grupo: a média de trabalhos apresentados em cada congresso nos dez primeiros anos de existência do GT/NP variava entre 10 e 12 papers (número muito baixo para os padrões de cobrança da época); muitos pesquisadores participavam do congresso em determinado ano e não regressavam nos eventos seguintes, o que provocava uma alta volatilidade de pessoal; além disso, a cada ano o grupo tinha sua continuidade colocada em xeque pelas Diretorias da Intercom, o que não permitia o planejamento, em longo prazo, de metas e de formação de quadros para futuras coordenações. Associado a tudo isso, um mal-entendido envolvendo a sucessão da Coordenação do NP em 2003, no XXVI Congresso da Intercom realizado em Belo Horizonte (MG), promoveu um desgaste desnecessário entre membros do grupo, com o desligamento de alguns deles de todas as atividades realizadas pelo NP.

Por tudo isso, talvez não tenha sido tão surpreendente a notícia de que o NP de Comunicação e Esporte seria extinto em outubro de 2006, após nova clivagem de todos os núcleos de pesquisa realizada pela Diretoria Científica da Intercom. Após a exclusão do NP, a entidade tomou uma decisão no mínimo esdrúxula: o NP de Comunicação e Esporte passava a ser apenas uma seção interna do **NP de Comunicação Científica**, o qual recebia também o espólio do antigo NP de Comunicação Científica e Ambiental, igualmente extinto em 2006 (este NP, por sua vez, já havia aglutinado em 2000 o antigo GT de Comunicação e Ciência e o GT de Comunicação Rural).

Deste modo, numa incrível colcha de retalhos, o novo NP de Comunicação Científica passava a abrigar pesquisadores da área de comunicação científica, ambiental, desenvolvimento rural e ... esporte. Não é difícil imaginar o quanto a decisão conseguiu desagradar aos sócios e congressistas que transitavam por estes grupos/núcleos temáticos da Intercom. Para coordenar a "esquizofrenia" de tal NP, a Intercom designou o Prof. Dr. José Carlos Marques, que no XXIX Congresso Anual da Intercom, realizado em Brasília, já havia sido escolhido consensualmente pelos integrantes do NP de Comunicação e Esporte como o próximo coordenador das atividades do grupo, o qual, porém, seria logo extinto. Marques graduara-se em Letras pela Universidade de São Paulo e havia obtido o título de Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e o de Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. De 2002 a 2010, trabalhou ainda como árbitro profissional de futebol, em competições oficiais promovidas no Estado de São Paulo pela Federação Paulista de Futebol.

As preocupações da Intercom com relação aos NPs, em 2006, tinham a ver especialmente com razões quantitativas. Apesar de não haver um número excessivo de NPs – no total, eram 19 que desenvolveram atividades no Congresso realizado em Brasília (DF) –, incomodava o baixo número de papers que era submetido a alguns desses núcleos. Mesmo assim, surpreende o fato de que, para o XXX Congresso Anual da Intercom, realizado em

2007 mais uma vez na cidade de Santos (SP), o quadro de Núcleos de Pesquisa não tenha sofrido substanciais modificações, permanecendo 18 NPs, conforme se pode ver no quadro a seguir:

Núcleos de Pesquisa (NPs) Intercom 2007

Comunicação Audiovisual
Comunicação para a Cidadania
Comunicação Científica *
Comunicação Educativa
Folkcomunicação
Ficção Seriada
Fotografia: Comunicação e Cultura
Jornalismo
Produção Editorial
Políticas e Estratégias de Comunicações
Publicidade e Propaganda
Rádio e Mídia Sonora
Relações Públicas e Comunicação Organizacional
Semiótica da Comunicação
Teorias da Comunicação
Tecnologias da Informação e da Comunicação
Comunicação Turismo e Hospitalidade
Comunicação e Cultura Urbanas

** "Comunicação e esporte" era uma das sessões deste NP*

A presença do antigo NP de Comunicação e Esporte como uma mera seção de um NP com qual ele não mantinha nenhum tipo de aproximação temática não poderia ser benéfica, de forma alguma. Mesmo assim, no Congresso de 2007 realizado em Santos (SP), 16 trabalhos relacionados ao esporte foram submetidos ao novo NP – a segunda maior marca desde que o grupo fora criado em 1997. Nesse mesmo Congresso, o grupo lançou o segundo livro com a produção de seus integrantes, mais uma vez na Coleção NPs da Intercom: ***Comunicação e esporte: diálogos possíveis*** (MARQUES, José Carlos. Org. Coleção NPs. São Paulo: Artcolor, 2007).

A Coordenação do novo NP de Comunicação Científica procurou realizar um trabalho de apaziguamento das várias tensões e insatisfações existentes, ao mesmo tempo em que tentou viabilizar o ressurgimento do grupo. Isso viria a acontecer já em 2008, com a posse da nova Diretoria Executiva da Intercom, presidida pelo Prof. Dr. Antonio Hohlfeldt e tendo como Diretora Científica a Profa. Marialva Barbosa. Foram atendidas e aprimoradas algumas propostas apresentadas pelo Conselho Curador com relação à nova configuração dos NPs. Estes passariam por um profundo processo de reformulação e passariam a ser chamados de Grupos de Pesquisa (GPs), ficando ainda subordinados a uma nova classificação – as Divisões Temáticas, a saber: DT 1 – Jornalismo; DT 2 – Publicidade e Propaganda; DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional; DT 4 – Comunicação Audiovisual; DT 5 – Multimídia; DT 6 – Interfaces Comunicacionais;

DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania; e DT 8 – Estudos Interdisciplinares.

Diante das novas reformulações engendradas pela direção da Intercom, o antigo NP de Comunicação e Esporte, extinto em 2006, solicitou o seu restabelecimento, deixando de ser uma seção do NP de Comunicação Científica[5]. A proposta de reabertura foi aprovada no início de 2009 pela entidade, e o grupo pôde reconquistar sua autonomia, agora com o nome de Grupo de Pesquisa (GP) Comunicação e Esporte.

5. A chegada à puberdade

A partir de então, de 2009 a 2012, o novo NP foi coordenado pelo Prof. Dr. Márcio Guerra, da Universidade Federal de Juiz de Fora/MG (UFMG). Os mandatos, a partir de 2008, voltaram a ser de dois anos, com a possibilidade de renovação por mais dois. Márcio Guerra, até por meio de sua trajetória profissional e acadêmica, inaugurava uma nova fase nos rumos do novo grupo: graduou-se em Comunicação pela UFJF e atuou vários anos na área do jornalismo esportivo radiofônico. Mais

5. O mesmo aconteceu com as outras seções abrigadas no NP de Comunicação Científica, que propuseram o desmembramento de suas temáticas. Atualmente, dois GPs são resultado desse mesmo processo: o GP de Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade; e o GP de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local.

tarde, obteria os títulos de Mestre e Doutor na área de Comunicação junto à Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Em 2012, o GP de Comunicação e Esporte lançou o livro **Comunicação e esporte: reflexões**[6]**,** a terceira coletânea elaborada pelos integrantes do grupo. A obra inaugurou também a nova e repaginada Coleção GPs da Intercom, destinada a tornar pública a produção dos sócios e demais nucleados dos grupos de pesquisa da entidade.

Também em 2012, a área de comunicação e esporte seria brindada na Intercom com a definição, por parte da Diretoria Científica da entidade, do tema central dos eventos que seriam realizados naquele ano: "Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação". Essa formulação passou a ser a norteadora dos Congressos Regionais e do Congresso Nacional, realizado em Fortaleza (CE).

Pela primeira vez na história da Intercom, o esporte ganhava um status ímpar, algo que, entretanto, não partiu de uma demanda direta do GP de Comunicação e Esporte. Ciente de que o Brasil viveria nesta década aquilo que os meios de comunicação e o mercado de anunciantes passaram a nomear como a "Década

6. MARQUES, José Carlos; GURGEL, Anderson; ROCCO JR., Ary José; GUERRA, Marcio (Orgs.). **Comunicação e esporte: reflexões**. Coleção GPs. São Paulo: Intercom, 2012.

de Ouro do Esporte Brasileiro" [7], José Carlos Marques (então Diretor Administrativo) sugeriu, numa reunião de Diretoria Executiva, que a Intercom, por meio de sua parceria com o Globo Universidade (braço das Organizações Globo que realiza diversos projetos em parceria com o meio universitário), promovesse um seminário temático em que se discutisse a cobertura esportiva de megaeventos por parte da TV Globo. Esses seminários acontecem todos os anos desde 2007, na sede da TV Globo, no Rio de Janeiro (RJ) e contam com a participação de sócios, diretores e convidados da Intercom. O Prof.

7. De 2011 a 2016, o país terá organizado quatro competições esportivas internacionais de grande porte, a saber: 1) Em julho de 2011, na cidade do Rio de Janeiro, os **Jogos Mundiais Militares** – competição criada pelo CISM (Conseil International du Sport Militaire, ou Conselho Internacional do Esporte Militar) e realizada a cada quatro anos, sempre no ano que antecede a realização dos Jogos Olímpicos de Verão. 2) Em junho de 2013, a **Copa das Confederações de Futebol** – torneio organizado pela Federação Internacional de Futebol Associação (FIFA) com as seleções campeãs de cada continente, mais a equipe campeã no último Mundial da modalidade, em 2010. 3) Em junho e julho de 2014, a **Copa do Mundo de Futebol FIFA** – competição realizada pela primeira vez em 1930 e que ocorre a cada quatro anos, intercalando-se nos anos pares com os Jogos Olímpicos de Verão. 4) Em agosto de 2016, na cidade do Rio de Janeiro, os **Jogos Olímpicos de Verão** – competição inaugurada, em sua fase moderna, com os Jogos de 1896, na cidade de Atenas (Grécia), e que desde então também vem sendo realizada em intervalos de quatro anos, numa iniciativa do (COI) Comitê Olímpico Internacional.

Antônio Hohlfeldt, Presidente da Intercom, logo sugeriu que o esporte e suas relações com a comunicação não fosse apenas o tema do Seminário do Globo Universidade, mas sim o tema de todos os eventos da Intercom em 2012. Coube ao Prof. José Marques de Melo, Presidente de Honra da Intercom, apoiar imediatamente a proposta e, inclusive, dar o nome final ao tema de 2012. Desde então, os Seminários Intercom–Globo Universidade passaram a obedecer ao tema central que a Intercom define para seus congressos, a cada ano.

Em 2013, o GP de Comunicação e Esporte passou a ter a Coordenação do Prof. Dr. Ary José Rocco Jr. A nova coordenação assumiu com o objetivo de continuar o trabalho de aglutinação dos pesquisadores do GP iniciado na gestão do Prof. Dr. José Carlos Marques e de crescimento do grupo colocado em prática pelo Prof. Dr. Márcio Guerra.

Dois elementos contribuíram para facilitar a atuação da nova coordenação do GP. De um lado, a permanência dos professores José Carlos Marques e Márcio Guerra no grupo. Além de continuarem vinculados ao GP, os dois pesquisadores atuaram, e ainda atuam, de forma efetiva na valorização e no desenvolvimento do grupo. Os dois docentes, hoje fomentadores de pesquisas relacionadas a comunicação e esporte em suas universidades de atuação – UNESP/Bauru e UFJF –, são também responsáveis pelo interesse crescente de jovens pesquisadores em ingressar no grupo. Os Professores Sérgio Carvalho e Vera Toledo de Camargo, coordenadores do GP em sua infância, por opção pessoal e/ou interesse profissional,

deixaram de participar efetivamente do grupo após a conclusão dos seus mandatos como coordenadores.

A importância da permanência dos ex-coordenadores no grupo pode ser medida de forma quantitativa. Em 2014, por exemplo, quase 20% (7 de um total de 36) dos trabalhos enviados para o GP no Congresso Nacional foram encaminhados por pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru). É nesse Programa que atua o Prof. José Carlos Marques, líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol). Outros 4 trabalhos (11%) foram produzidos por pesquisadores do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, instituição de atuação do Prof. Márcio Guerra, que coordenou o GP no período 2009-12.

Por outro lado, o Prof. Ary Rocco assumiu a coordenação do Grupo em um ambiente, dentro e fora da Intercom, amplamente favorável a pesquisas e discussões que apresentassem o esporte como seu objeto de estudo. O outrora "patinho feio" passou a ser alvo de diversos campos de atuação da comunicação, antes pouco explorados pelos pesquisadores do GP. No nascimento do grupo, em 1997, os debates que permeavam a relação entre esporte e comunicação estavam centrados nos meios de comunicação, na atuação da mídia e na forma como ela enxergava e fazia uso do esporte, em especial o futebol. A indústria do esporte em nossa sociedade, pelo aumento de sua importância econômica, passou a

demandar novas abordagens da relação comunicação-esporte.

Além das discussões tradicionais sobre os meios, os estudos que envolvem comunicação e esporte foram enriquecidos por pesquisadores interessados em trabalhar os processos comunicacionais que permeiam as relações estratégicas planejadas por organizações e entidades esportivas para atender, abrigar e envolver seus *stakeholders*.

Com todo esse cenário especial e em ampliação, o Prof. Ary Rocco, por sua formação e atuação, pôde contribuir para a expansão do GP. Bacharel em Administração Pública pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV) e em Comunicação Social, Jornalismo, pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, o novo coordenador é oriundo do ambiente empresarial, tendo atuado em diversas organizações multinacionais.

Curiosamente, Ary Rocco, mestre em Administração e doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, é hoje docente da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP). Tal fato, em futuro próximo, pode reaproximar o GP da área de educação física, sem prejuízo da formação atual do grupo. A atuação profissional do novo coordenador é pautada na coordenação e orientação de pesquisas em Gestão do Esporte, junto a estudantes de Educação Física, em especial nas áreas de marketing esportivo e comunicação no esporte.

Em 2014, aproveitando-se deste cenário descrito e da realização da Copa do Mundo de futebol no Brasil, o

grupo organizou o quarto livro com a produção de seus pesquisadores, tendo como tema o Mundial FIFA 2014. Trata-se da obra digital **Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014** (ROCCO JR., Ary José (Org.). São Paulo: Intercom, 2014). A produção da obra foi pautada por uma decisão do grupo em fornecer à comunidade acadêmica brasileira sua ampla visão a respeito do maior evento do futebol em todo o mundo.

Atualmente, o GP de Comunicação e Esporte é um dos 30 GPs que a Intercom mantém em funcionamento (um quadro bem distinto daquele que existiu na década de 1990, quando os então GTs começaram a se articular). Ele está subordinado, em tese, à Divisão Temática 6 – Interfaces Comunicacionais. Na prática, porém, a distinção por Divisões Temáticas pouco influi nas atividades ordinárias do grupo.

No quadro a seguir, pode-se vislumbrar melhor a diversidade e variedade de GPs que a Intercom abrigou no XXXVII Congresso Anual, em 2014:

Grupos de Pesquisa (GPs) Intercom 2014	
DT 1 – Jornalismo - Gêneros Jornalísticos - História do Jornalismo - Jornalismo Impresso - Teoria do Jornalismo - Telejornalismo	**DT 2 – Publicidade e Propaganda** - Publicidade e Propaganda

DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional - RP e Comunicação Organizacional	**DT 4 – Comunicação Audiovisual** - Cinema - Ficção Seriada - Fotografia - Rádio e Mídia Sonora - Televisão e Vídeo
DT 5 – Multimídia - Cibercultura - Conteúdos Digitais e Converg. Tecnológicas	**DT 6 – Interfaces Comunicacionais** - Comunicação e Culturas Urbanas - Comunicação e Educação **- Comunicação e Esporte** - Com., Ciência, Meio Ambiente e Sociedade - GP Comunicação, Música e Entretenimento - GP Produção Editorial
DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania - Com. e Desenvolvimento Regional e Local - Comunicação para a Cidadania - Geografias da Comunicação - Mídia, Cultura e Tec. Digitais na Am. Latina	**DT 8 – Estudos Interdisciplinares** - Com., Mídias e Liberdade de Expressão - Economia Política da Inf., Com. e Cultura - Políticas e Estratégias de Comunicação - Folkcomunicação - Semiótica da Comunicação - Teorias da Comunicação

Desde que a Intercom redefiniu os seus grupos de pesquisa, chegando-se à configuração atual, outro fenômeno interessante foi prontamente percebido: o aumento significativo de trabalhos e de congressistas inscritos em seus congressos. Este incremento do número de congressistas, aliás, tem a ver também com a maior

participação de alunos de graduação em torno do Intercom Jr., atividade que ganhou nova estrutura e redesenho a partir de 2009.

De todo modo, o GP de Comunicação e Esporte vem mostrando grande vitalidade no que diz respeito ao número de trabalhos que são aceitos e que passam a fazer parte da programação oficial do grupo. Em 2014, por exemplo, chegou-se ao número recorde de 36 trabalhos aprovados, conforme se pode verificar no quadro a seguir:

Congresso Anual da Intercom	Trabalhos aceitos pelo GP Comunicação e Esporte *
1997 – Santos (SP)	11
1998 – Recife (PE)	10
1999 – Rio de Janeiro (RJ)	13
2000 – Manaus (AM)	7
2001 – Campo Grande (MS)	10
2002 – Salvador (BA)	12
2003 – Belo Horizonte (MG)	17
2004 – Porto Alegre (RS)	10
2005 – Rio de Janeiro (RJ)	13
2006 – Brasília (DF)	12
2007 – Santos (SP)	16 **
2008 – Natal (RN)	13 **
2009 – Curitiba (PR)	28

2010 – Caxias do Sul (RS)	19
2011 – Recife (PE)	24
2012 – Fortaleza (CE)	33
2013 – Manaus (AM)	25
2014 – Foz do Iguaçu (PR)	36

* Como referido anteriormente, esta é a quarta nomenclatura proposta pela Intercom para abrigar trabalhos que se fundamentem pela relação entre a comunicação e o esporte.

** Os números referem-se a trabalhos específicos sobre comunicação e esporte. Em 2007 e em 2008, eles faziam parte, ao lado de outros papers, do NP de Comunicação Científica.

Além do número recorde de trabalhos (36), alguns outros aspectos que demonstram a evolução do GP em direção à sua maturidade chamam a atenção. O grupo, já caracterizado por sua atuação em trabalhos voltados ao jornalismo esportivo, apresentou duas outras tendências que marcaram forte presença nos artigos enviados ao GP para o Congresso Nacional da Intercom em 2014; são elas: 1º) o crescimento de trabalhos que estudam a comunicação organizacional dentro do esporte, com abordagens relacionadas a relações públicas, publicidade, sustentabilidade e outros temas afins; e, 2º) o aumento de artigos que discutem as teorias do jornalismo e da comunicação no universo da prática do jornalismo dentro da outrora desvalorizada área do esporte.

Antes praticamente restrito ao eixo Sul-Sudeste das principais universidades brasileiras, o Grupo de Pesquisa

Comunicação e Esporte apresentou uma expressiva expansão de seus limites geográficos com sensível aumento de trabalhos (14%) oriundos de universidades públicas do Nordeste.

Outro importante elemento que merece ser ressaltado, nos artigos enviados para o GP no Congresso Nacional de 2014, é a forte ampliação dos papers com participação feminina. Muito embora o Grupo já tenha sido coordenado por uma mulher, a Profa. Vera Toledo de Camargo, o interesse das pesquisadoras pelos temas relacionados ao esporte, até 2013, havia sido restrito. Porém, em 2014, 53% dos trabalhos inscritos no GP contam com efetiva participação feminina. A ampliação das fronteiras dos temas de interesse na relação comunicação e esporte, como comunicação organizacional, assessoria de imprensa, esporte paraolímpico, questões de gênero e outros, atuaram como elementos catalisadores do incremento da presença feminina experimentada pelo GP no Congresso Nacional de Foz do Iguaçu.

6. As inquietações da adolescência

Como se pôde ver até aqui, nos últimos dez anos o GP de Comunicação e Esporte lançou quatro livros, reunindo as reflexões e debates de pesquisadores que militam junto às atividades do grupo. Trata-se de um número notável, o que faz dele um dos grupos mais profícuos e produtivos entre os existentes atualmente na Intercom.

E, com o incremento das publicações em formato digital dentro da Intercom, novas publicações deverão ter lugar nos próximos anos (para 2015, por exemplo, os atuais Coordenador e Vice-Coordenador do GP pretendem organizar uma obra com reflexões a respeito da Copa do Mundo de 2014, realizada recentemente no Brasil).

No entanto, a aparente vitalidade do GP de Comunicação e Esporte não pode esconder algumas debilidades que são recorrentes em seu funcionamento, desde a criação original do grupo em 1997. Constata-se em linhas gerais uma ausência de direcionamento teórico nos trabalhos da área, em função dos diferentes campos do saber ali representados (sociologia, antropologia, teorias do jornalismo, publicidade, marketing esportivo, linguística, educação física, pedagogia etc.). Nota-se ainda, em vários trabalhos, uma ausência de referencial epistemológico e metodológico para direcionar as abordagens do fenômeno esportivo. E, em linhas gerais, os trabalhos que tratam do futebol dominam a grande maioria (cerca de $^{2}/_{3}$) dos temas apresentados em cada congresso anual da Intercom.

A ameaça de extinção que o grupo sofreu recorrentemente em vários anos, em virtude dos poucos trabalhos apresentados, fez ainda com que as diferentes coordenações tomassem uma decisão arriscada: praticamente todos os trabalhos inscritos no GT/NP/GP costumam ser aprovados, e o índice de não aceitação de papers é irrisório. Com o significativo aumento do número de trabalhos inscritos nos últimos congressos – e se essa tendência se mantiver nos próximos anos – far-se-á necessária

a criação de mecanismos mais apurados de avaliação e análise dos papers inscritos.

A escolha do esporte como tema central dos eventos da Intercom em 2012 também não foi pacífica e esteve longe de agradar à maioria de seus sócios. Se, por um lado, a Diretoria Executiva da entidade reconheceu a importância e o impacto comunicacional do esporte, tal noção não foi compartilhada por muitos dos sócios e dos internautas que costumam acessar o sítio oficial da entidade: em novembro de 2011, a própria Intercom incluiu em seu portal uma *enquete* para saber o que os internautas pensavam sobre o tema referendado pela entidade. O resultado apontou para 40% de desaprovação dos respondentes e para 35% de aprovação. Tais números nos dão conta, ainda, do pouco prestígio que o esporte recebe no campo da comunicação e das ciências humanas.

Já em 2012, mesmo com o esporte sendo tema central do Seminário Globo-Intercom promovido na sede da TV Globo no Rio de Janeiro, nenhum integrante nucleado ao GP de Comunicação e Esporte esteve presente em tal atividade, algo que denota – ainda – a falta de maior articulação e de agrupamento das ações do próprio grupo[8].

De todo modo, ao longo de seus 18 anos de vida, o GP de Comunicação e Esporte vem procurando rein-

8. O Prof. José Carlos Marques participou do Seminário na qualidade de convidado, uma vez que, à época, fazia parte da Diretoria Executiva da Intercom.

ventar o seu próprio funcionamento, sempre com o objetivo de refletir sobre as relações entre o esporte e a comunicação. E, independentemente da denominação que lhe seja dada dentro da Intercom, seus pesquisadores vêm mostrando poder de reação e de recomposição, fazendo deste GP um dos mais atuantes no cenário atual dos grupos da entidade.

Capítulo 14

Comunicação e Ciência: o desafio de uma construção epistemológica

Luciana Miranda Costa[1], Isaltina Maria A. Mello Gomes[2], Ricardo Alexino Ferreira[3], Greicy Mara França[4] e Mayara Martins da Quinta A. da Silva[5]

1. Jornalista e professora do PPGCOM/UFPA, com doutorado em Ciências: Desenvolvimento Socioambiental pelo NAEA/UFPA (com estágio de doutoramento no Woods Hole Research Center e Universidade de Bloomington, Indiana) e pós-doutoramento em Comunicação Social junto à Universidade Nova de Lisboa.
2. Doutora em Linguística pela UFPE, professora no curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da UFPE, e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Trabalha com questões relacionadas à linguagem nos meios de comunicação e com Divulgação Científica. Membro do Comitê Temático de Divulgação Científica do CNPq (2011-2017).
3. Jornalista, professor livre-docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Trabalha nos campos da Midialogia Científica e Etnomidialogia (Ciência da Diversidade).
4. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora Associada do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Coordenadora do Núcleo de Jornalismo Científico e do Núcleo de Comunicação em Saúde e Meio Ambiente da UFMS.
5. Jornalista, Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e Coordenadora de Comunicação e Saúde do Núcleo de Comunicação, Saúde e Meio Ambiente (NCSMA) da UFMS.

Introdução

Os avanços da ciência e da tecnologia, as crises ambientais e o acelerado processo de globalização econômica e cultural fizeram crescer na humanidade o interesse pela informação, que vertiginosamente se transformou numa necessidade. O homem dos dias atuais demanda informações precisas sobre questões que, de uma forma ou de outra, vão repercutir na sua qualidade de vida, como saúde, tecnologia, meio ambiente e avanços científicos nas mais diversas áreas do conhecimento.

O mercado de trabalho e de consumo, por outro lado, também se deu conta da importância da informação voltada para divulgação científica e ambiental, com destaque para os problemas envolvendo a saúde pública e individual. Nos anos oitenta, por exemplo, foi dado um grande impulso ao Jornalismo Científico: grandes jornais diários do país criaram seções específicas e até mesmo cadernos sobre o assunto. A década também foi marcada pelo lançamento de revistas especializadas em ciência e tecnologia. Em 1982, surgiu a *Ciência Hoje*, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). Cinco anos depois, em 1987, foi a vez de *Superinteressante*, da editora Abril, e, em 1989, a Editora Globo lançou a *Globo Ciência* (atual *Galileu*), para ficar apenas em algumas (GOMES, 1995).

Do ponto de vista ambiental, envolvendo questões como poluição, consumo, desmatamento, mudanças climáticas e escassez de água, o *boom ambiental* no Brasil se deu a partir da década de 90, com a realização da

United Nations Conference on Environment and Development (Eco-92), reunindo, no Rio de Janeiro, 114 chefes de Estado, além de centenas de organizações não governamentais (ONGs) e milhares de pessoas para tratar de questões voltadas para a temática. A mídia brasileira voltou-se, então, para produção de reportagens e programas que trataram sobre meio ambiente, além de promover a especialização de profissionais e departamentos (COSTA, 2006). Algumas produções televisivas marcaram essa década e os anos seguintes, como os programas *Globo Ecologia, Globo Repórter e Globo Ciência*, além do *Discovery Channel* e da TV Futura. Com exceção do primeiro caso, os demais não exclusivamente dedicados à temática ambiental. No decorrer da década, no entanto, observou-se o fechamento e incorporação do setor que tratava de questões ambientais em muitos veículos de comunicação no país (COSTA, 2006), indicando em vários momentos um refluxo temporário do interesse midiático pelo tema.

Foi nessa conjuntura, portanto, que também se intensificou o interesse de pesquisadores da Comunicação e da Ciência da Informação em discutir e refletir sobre questões relacionadas ao diálogo entre Ciência, Tecnologia, Meio Ambiente e Sociedade, permeados por um contexto irreversivelmente comunicacional. Essa nova fase também foi marcada pela criação de um grupo de trabalho dentro da Intercom, reunindo pesquisadores interessados nessas interfaces. É sobre isso que trataremos a seguir.

Mais de 20 Anos de Pesquisas

Tomando como ponto de partida a emergente linha de pesquisa sobre Divulgação Científica em várias universidades brasileiras, a Intercom institucionalizou, em 1991, o Grupo de Trabalho (GT) *Pesquisa em Jornalismo Científico*[6], que, em 1994, passou a ser denominado *GT Comunicação e Ciência* até a sua dissolução, em 2000, em decorrência de normas da Intercom, que previam a dissolução de todos os GT's naquele ano.

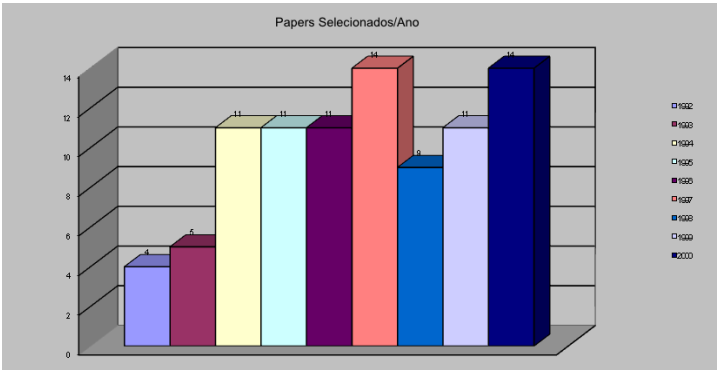
No período entre 1991 a 2000, o *GT Comunicação e Ciência* teve três coordenadores: nos três primeiros anos, a coordenação esteve a cargo do professor Manuel Carlos Chaparro, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Em 1995, Chaparro passou a coordenação à jornalista Fabíola de Oliveira, do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), atualmente professora da Univap (SP) e, de 1996 a 2000, a função foi assumida pela professora Isaltina Mello Gomes, do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco.

De sua institucionalização até sua dissolução, o *GT Comunicação e Ciência* teve o percurso de um GT pequeno, mas que, aos poucos, se consolidou. O crescimento do interesse dos pesquisadores na área repercutiu, ano após ano, no

6. Embora o *GT Pesquisa em Jornalismo Científico* tenha sido institucionalizado em 1991, por falta de dados relativos aos pesquisadores e *papers* apresentados, as informações que constam deste trabalho sobre este GT se referem apenas ao período que vai de 1992 a 2000.

aumento da demanda pelo GT, que de 1992 a 2000 teve 92 (noventa e dois) artigos (*papers)* selecionados (v. gráfico I).

Gráfico I



Nos três primeiros anos, a inscrição de trabalhos no *GT Comunicação e Ciência* foi pequena (entre quatro e cinco *papers*). A partir de 1994, a procura cresceu sensivelmente e, de 1998 até o ano 2000, o número de inscritos variou entre 16 e 25 *papers*/ano, revelando a consolidação progressiva de uma base teórica e metodológica de análise sobre a interface Comunicação e Ciência.

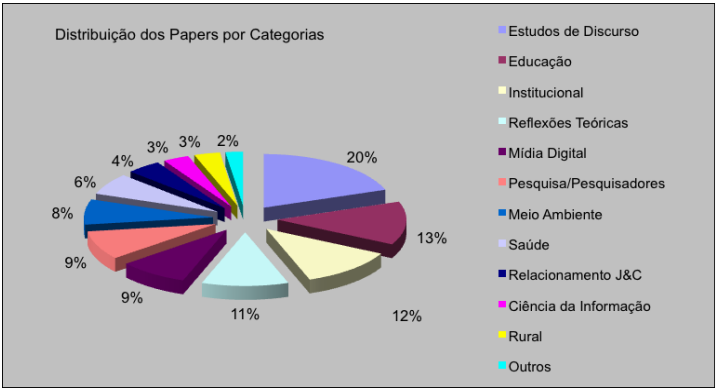
Em seus nove anos de atividades, o *GT Comunicação e Ciência* reuniu pesquisadores de todas as regiões do país interessados em discutir temas como a importância da divulgação científica; os discursos da ciência e da divulgação científica; as implicações da evolução tecnológica na divulgação científica; a relação entre ciência, mídia e sociedade; os processos de geração e difusão do conheci-

mento científico, o relacionamento entre cientistas e jornalistas, com vistas à divulgação científica; e a situação da pesquisa sobre comunicação e ciência no Brasil.

O tema Comunicação e Ciência foi trabalhado numa perspectiva transdisciplinar, abrigando o diálogo com diversas disciplinas, especialmente a Sociologia, Linguística (com destaque para a Análise do Discurso), Antropologia, Educação e Filosofia. Alguns autores utilizados nos artigos apresentados são representativos dessa fase, como Bakhtin, Bourdieu e Maingueneau. As Teorias da Comunicação e do Jornalismo, também marcaram esses anos de reflexão.

No gráfico II, é apresentado o percentual dos artigos distribuídos em 12 categorias ou subtemáticas (*Estudos do Discurso, Educação, Institucional, Reflexões Teóricas, Mídia Digital, Pesquisa e Pesquisadores, Meio Ambiente, Saúde, Relacionamento Jornalistas/Pesquisadores, Ciência da Informação, Comunicação Rural* e *Outros*).

Gráfico II



No período 1992-2000, houve o predomínio de trabalhos que classificamos como *Estudos do Discurso* (19%), pois envolvem estudos com base na Análise do Discurso, tanto na perspectiva francesa quanto na anglo-saxônica, na Linguística de Texto e na Pragmática. Os artigos, especialmente a partir de 1994, trataram dos mais variados aspectos dos discursos científico e jornalístico, entre os quais a linguagem, a estrutura dos textos e as estratégias discursivas. A procedência dos trabalhos dessa categoria concentrou-se nas regiões Sudeste e Nordeste.

Em relação às *Reflexões Teóricas* (11%) desse período, os trabalhos abordaram conceitos como ciência, cultura científica, produção do conhecimento e práticas sociais, vinculando a importância da ciência e sua repercussão para a sociedade. Os artigos incluídos nessa categoria foram embasados principalmente em teóricos da Teoria da Comunicação, da Sociologia, da Filosofia, da Antropologia e dos Estudos Culturais. Esses trabalhos vieram, predominantemente, do Sudeste, seguido pelo Nordeste, Centro-Oeste e Sul.

A categoria *Mídia Digital* deve ser destacada. *Mídia Digital* só apareceu a partir de 1994, e, desde então, tornou-se presença constante no *GT Comunicação e Ciência*. Numa época em que a comunicação ficou cada vez mais rápida e acessível, as alterações que os avanços tecnológicos, mais especificamente a mídia digital, vêm provocando na divulgação da ciência e da tecnologia foram a principal preocupação dos trabalhos enquadrados nessa categoria. Os artigos tiveram origem, predominantemente, nas regiões Sudeste e Nordeste.

O interesse por questões sobre *Meio Ambiente* esteve concentrado entre pesquisadores do Sudeste e Centro-

-Oeste. A categoria, que reuniu 8% dos artigos apresentados, trouxe abordagens que foram desde a atuação da imprensa em relação a problemas ambientais ou a cobertura de um determinado evento, até questões relacionadas à educação ambiental. Já o tema Saúde, presença constante e crescente no GP até os dias atuais, com 7% dos trabalhos apresentados no período, trouxe reflexões de pesquisadores do Sudeste e do Sul do país. Os estudos abordaram, predominantemente, o tratamento dado pela imprensa a temas relacionados à saúde.

Até a sua dissolução em 2000, o *GT Comunicação e Ciência* contou com a participação de pesquisadores de todas as regiões do país, além da Argentina e França, reflexo do crescimento das pesquisas sobre divulgação científica em diversas universidades e instituições de pesquisa brasileiras. Os dois gráficos abaixo ilustram esta distribuição:

Gráfico III

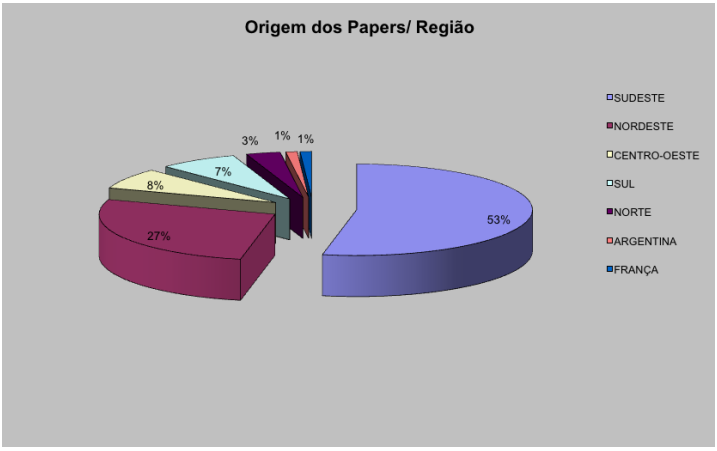
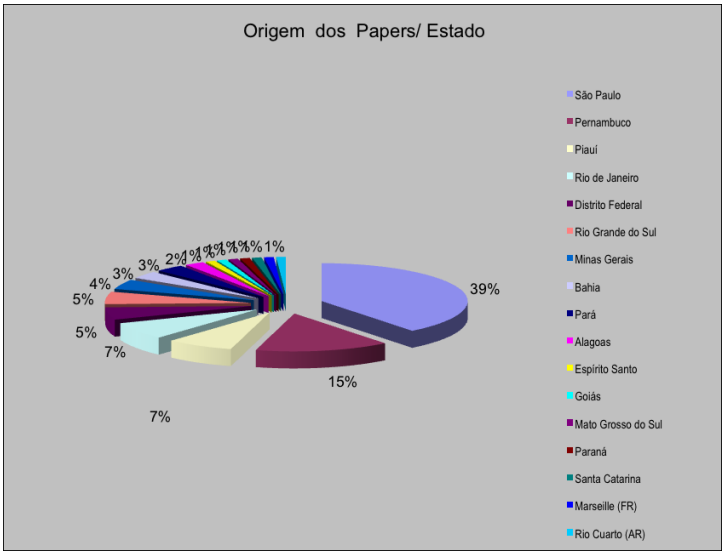


Gráfico IV



Também é importante destacar que enquanto o *GT Comunicação e Ciência* esteve em atividade, 39 instituições foram representadas por seus pesquisadores que expuseram trabalhos durante os congressos da Intercom.

Em outubro de 2000 foi apresentada à Intercom uma nova proposta do *GT Comunicação e Ciência*, dando continuidade e aperfeiçoando a experiência dos anos anteriores. Os objetivos principais foram: refletir sobre a divulgação científica; pesquisar as relações entre mídia, divulgação científica e novas tecnologias; destacar a relevância da informação na sociedade contemporânea enquanto matéria-prima para a pesquisa científica,

e portanto, para o avanço da ciência; e discutir sobre funções, problemas e linguagem da divulgação científica. A nova proposta de reapresentação do GT, foi subscrita por 17 pesquisadores (11 doutores, 1 doutorando, 3 mestres, 1 mestrando e 1 especialista).

Com a institucionalização dos Núcleos de Pesquisa (NP's), que substituíram os GTs em 2001, o antigo *GT Comunicação e Ciência* foi substituído pelo *Núcleo de Pesquisa Comunicação Científica e Ambiental*, abrangendo as sessões temáticas, Divulgação Científica; Comunicação para a Saúde; Comunicação Rural; e Comunicação Ambiental. A implantação desse NP, a cargo da professora da UFPI, Maria das Graças Targino Moreira Neves, marcou a consolidação definitiva do grupo.

A partir daí, o número de trabalhos apresentados no Grupo foi sempre crescente, com média de 25 trabalhos por ano e o domínio das subtemáticas que também marcaram os anos anteriores, com destaque para divulgação científica, meio ambiente e saúde. Do ponto de vista teórico e metodológico, observou-se o grande registro de estudos de caso, baseados, principalmente nas Teorias da Comunicação e do Jornalismo, Análise de Discurso e Sociologia.

Em 2000, assumiu interinamente a coordenação do NP, a profa. Isaltina Mello Gomes da UFPE e de 2001 a 2006, o grupo esteve sob a coordenação da profa. Maria das Graças Targino da UFPI. Os anos 2007 e 2008, que incorporam na ementa do NP, por uma decisão da Diretoria da Intercom, a temática Comunicação e Esporte, foram os anos com o maior número de *papers* recebidos,

respectivamente, 47 e 51. Nesses dois anos, o Coordenador do NP foi o professor do Mackenzie José Carlos Marques. No entanto, dadas as diferenças conceituais, metodológicas e também temáticas, na prática, o antigo NP de Esporte e o NP de Ciência não encontraram muitos pontos de convergência e diálogo e acabaram se separando a partir de 2009, quando o grupo recebeu uma nova nomenclatura, incorporou novas subtemáticas e fortificou suas caraterísticas atuais, como veremos a seguir.

O GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade

A partir de 2009, a Intercom institucionalizou os Diretórios de Trabalho (DT) e os Grupos de Pesquisa (GP); assim, as temáticas voltadas para ciência, meio ambiente e sociedade, enquanto áreas de pesquisas integradas, passaram a fazer parte de uma única esfera, nomeada Grupo de Pesquisa Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade (GPCCMAS).

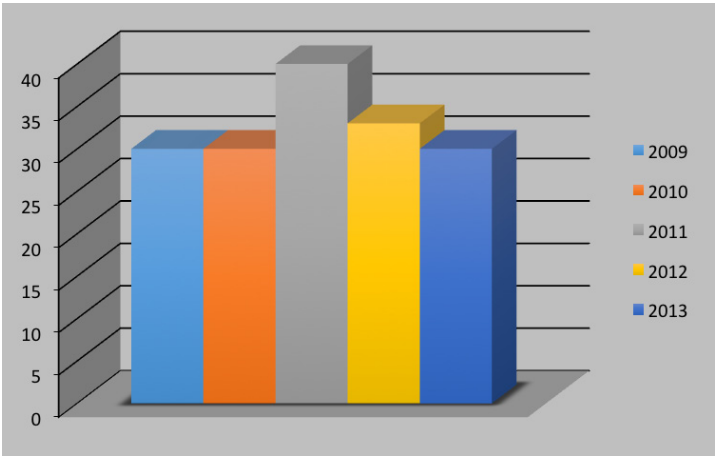
Nesse mesmo ano, o GP foi inserido no DT 6 – Interfaces Comunicacionais, criado na concepção de agregar estudos relacionados aos processos e práticas comunicacionais e seus enlaces com as demais áreas de conhecimento, considerando as interfaces comunicacionais das áreas especializadas e específicas de cada temática, em articulação com as diversas esferas e instituições das relações sociais que as constituem.

As áreas constitutivas do GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade são vinculadas aos estudos empíricos e pesquisas aplicadas sobre as práticas sociais da Comunicação conectadas à ciência, tecnologias e meio ambiente. Destacam-se, dessa forma, subtemáticas como jornalismo científico; divulgação científica; popularização da ciência; comunicação pública da ciência; midialogia científica; cultura científica; marketing da ciência; estudos sobre a recepção da informação científica, tecnológica e ambiental; relações entre ciência, tecnologia, inovação e sociedade; representações sociais e percepções das ciências, das tecnologias e do meio ambiente; análises do surgimento, sobrevivência e extinção de diferentes periódicos científicos no Brasil; comparações entre a cobertura jornalística da chamada "grande ciência" (exatas e biológicas) e as ciências ditas humanas e sociais; análise da cobertura de políticas de CT&I; possibilidades e limites de mídias alternativas para divulgação científica e ambiental (em especial as que emergem no ambiente da Internet) e a problematização teórica de questões críticas diversas que estabeleçam vínculos com as abordagens relacionadas. De 2009 a 2012, o GP foi coordenado por Isaltina Mello Gomes (UFPE), com vice-coordenação de Luciana Miranda Costa (UFPA) em 2011-2012. A partir de 2013, o GP está sob a coordenação de Luciana Miranda Costa (UFPA), com a vice-coordenação de Ricardo Alexino (USP).

No período de 2009 a 2013 o GP obteve o total de 163 (cento e sessenta e três) *papers* selecionados para apresentação. No Intercom de 2009, realizado na região

sul, na cidade de Curitiba – PR, foram apresentados 30 *papers*. Já no Intercom 2010, em Caxias do Sul – RS, o número de *papers* se manteve o mesmo. Em 2011, na cidade do Recife – PE, região Nordeste, foram apresentados 40 *papers*, auge do período, com 33 *papers* no Intercom de 2012, realizado em Fortaleza – CE. Em Manaus, durante o Intercom 2013, foram 33 *papers*.

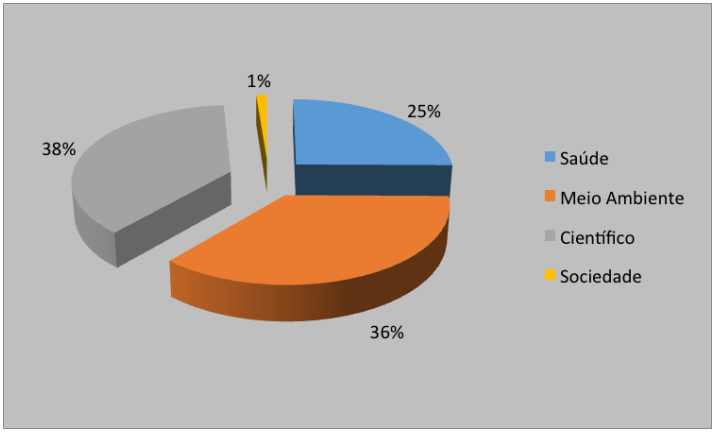
Gráfico V - Quantitativo de *papers* por ano



Conforme o Gráfico 1, no estabelecimento da contagem dos *papers* aceitos durante os anos subsequentes a partir de 2009, nota-se que, 2009 e 2010 mantiveram o número de aceites, com um aumento de 6,1% em 2011. Os anos seguintes têm mantido uma média de 31 *papers* inscritos.

Além da quantidade anual de publicações, é interessante observar a vinculação do número de *papers* relacionados aos principais subtemas que integram o GP, a fim de verificar quais áreas têm se fortalecido durante os últimos cinco anos.

Gráfico VI – Quantitativo de *papers* por área (2009 a 2013)



Sob um olhar mais detalhado, podemos assinalar que em 2009 foram selecionados três *papers* na área de saúde, somando 10% do total, 14 na área de meio ambiente – 46,7% e 13 na área de divulgação científica – 34,3%. Verifica-se, assim, que no primeiro ano de análise, a temática ambiental se sobressaiu, seguida por divulgação científica e Saúde. Nesse ano não houve nenhuma publicação específica com enfoque para subtemática Sociedade.

Já em 2010, a área de Saúde dobrou a quantidade de aceites, com um total de seis *papers* – referentes a 20% no ano, 12 artigos na área de Meio Ambiente – 40% e 12 na área de divulgação científica, também 40%. Portanto, é observável que houve um crescimento expressivo em artigos que trataram da subtemática Saúde, mas ainda com dominância da subtemática Meio Ambiente.

No terceiro ano de análise, 2011, ocorreu o pico no número de apresentação de *papers*, sendo o ano de maior expressão do período. Se em 2009 e 2010, o total de cada ano era de 30 artigos, em 2011 passou a ser 40. Por área foram apresentados, nesse ano, 13 *papers* sobre Saúde – (32,5%), 15 sobre Meio Ambiente (37,5%) e 12 na área sobre divulgação científica (30%).

O ano de 2012 apresentou um decréscimo nos números, com 33 *papers* selecionados, sendo oito na área de Saúde (24,2%), 11 na área de Meio Ambiente (33,4%) e 14 sobre divulgação científica. (42,4%). Há uma modificação na ordem de classificação das áreas, pois Ciência passou a ser a subtemática mais publicada, seguida por Meio Ambiente e Saúde.

O último ano do período, 2013, apesar de continuar com um decréscimo de *papers* selecionados (voltando aos 30 de 2009), apresenta mudanças nos temas dos trabalhos apresentados, com algumas inversões. Surgem dois *papers* voltados à Sociedade (6,6%), além de 11 *papers* na área de Saúde (36,7%), sete em Meio Ambiente (23,3%) e dez em Ciência (33,4%), ultrapassando, portanto, Meio Ambiente.

Em suma, em seus cinco anos de atividades enquanto *GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade*, o grupo reuniu 163 artigos, sendo 41 *papers* sobre a in-

terface comunicação e saúde (25,2%); 59 *papers* sobre comunicação e meio ambiente (36,2%), 61 *papers* sobre comunicação e ciência (37,4%), e dois *papers* (1,2%) sobre a interface comunicação e sociedade.

No período, houve o predomínio de trabalhos na área de Científico, mas quase equiparado a Meio Ambiente (apenas dois a menos). Essas duas áreas foram as de maior estabilidade nos números de *papers* selecionados por ano, variando de 11 a 15 na área de Meio Ambiente e de 10 a 14 em Científico. A área de Saúde foi a que mais cresceu proporcionalmente, com três artigos em 2009; seis em 2010; 13 em 2011; oito em 2012 e 11 em 2013. As demais se mantiveram estáveis.

Quando analisados os artigos de acordo com a origem do pesquisador, região e estado, ano a ano, percebe-se que a região Sudeste (especialmente São Paulo e Rio de Janeiro) é a que mantém o maior número de aceites, seguida pela região Norte e pelo Nordeste.

Tabela 1 – *Papers* por região (2009 – 2013)

REGIÃO	2009	2010	2011	2012	2013	TOTAL
NORTE	3	6	7	9	7	32
NORDESTE	5	6	8	5	4	28
CENTRO - OESTE	2	2	1	1	3	9
SUDESTE	12	12	21	17	16	78
SUL	7	4	3	1	0	15
EXTERIOR	1	0	0	0	0	1

Gráfico 3 – *Papers* por região do Brasil (2009 – 2013)

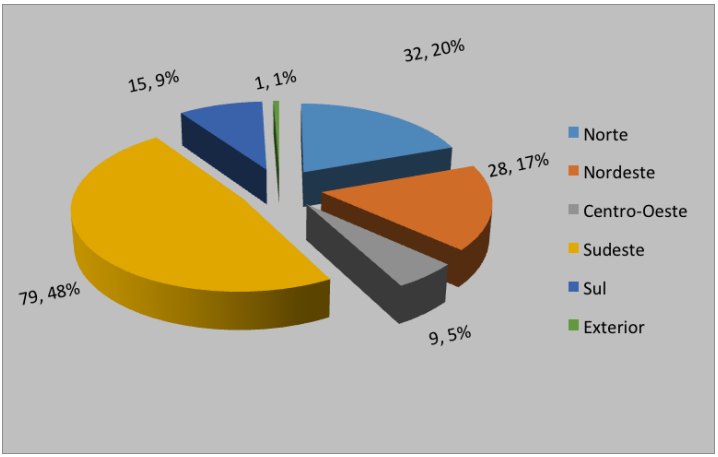


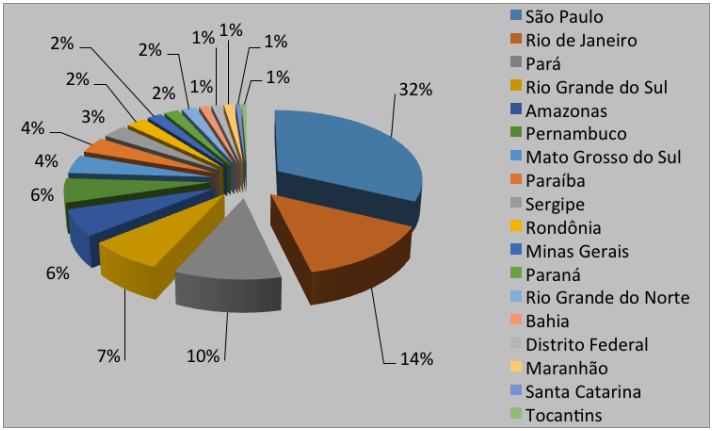
Tabela 2 – *Ranking* de *papers* por estado (2009 – 2013)

ESTADO	2009	2010	2011	2012	2013	TOTAL
São Paulo	11	11	15	10	5	52
Rio de Janeiro	0	1	6	6	10	23
Pará	2	2	3	4	6	17
Rio Grande do Sul	5	3	3	1	0	12
Amazonas	0	3	3	4	0	10
Pernambuco	1	2	2	3	1	9
Mato Grosso do Sul	1	2	1	1	2	7

Paraíba	2	1	3	0	0	6
Sergipe	2	2	1	0	0	5
Rondônia	1	1	1	0	1	4
Minas Gerais	1	0	0	1	1	3
Paraná	2	1	0	0	0	3
Rio Grande do Norte	0	0	1	1	1	3
Bahia	0	0	1	0	1	2
Distrito Federal	1	0	0	0	1	2
Maranhão	0	0	0	1	1	2
Ceará	0	1	0	0	0	1
Santa Catarina	1	0	0	0	0	1
Tocantins	0	0	0	1	0	1

Em uma análise mais minuciosa da origem dos *papers*, por estado, pode-se afirmar que o eixo Rio de Janeiro – São Paulo, é o mais consolidado no GT, estando São Paulo em primeiro lugar com 52 artigos – 31,9% e Rio de Janeiro em segundo com 23 – 14,1%.

Gráfico 4 – *Papers* por estado (2009 – 2013)



Ceará, Tocantins e Santa Catarina, apresentaram apenas 1 (uma) produção durante todo período. Verifica-se, ainda, que a proximidade geográfica não beneficiou o estado do Ceará, que em 2012 sediou o congresso e não apresentou nenhum trabalho. Alguns estados, apesar de não obterem alto quantitativo total, mantiveram-se constantes em todos os anos de evento do período analisados, são eles: Pará com 17 *papers*; seguido de Pernambuco com nove trabalhos e Mato Grosso do Sul, com sete.

Assim, o primeiro estado do *ranking,* São Paulo, é o único com alta produtividade e 100% de participação durante o período. Já o Rio de Janeiro, apesar de segundo do *ranking*, não apresentou trabalhos no ano 2009, quando o evento foi sediado na região sul (Paraná – Curitiba).

O GP, a partir de seus dados quantitativos, tem demonstrado estabilidade e consolidação nos últimos

anos. O desafio, como se verá a seguir, continua sendo refletir sobre o aporte teórico e metodológico das pesquisas que embasam os artigos apresentados.

Considerações Finais: os desafios epistemológicos para o GPCCMAS

Ao analisar os diferentes processos de transformação do Grupo nas últimas décadas, percebe-se que não somente houve mudanças positivas na estrutura de Grupo de Trabalho (GT) para Núcleo de Pesquisa (NP) e, posteriormente, para Grupo de Pesquisa (GP) como também tais alterações começaram a exigir que o GP pensasse epistemologicamente o campo da Ciência e sua interseção com a Comunicação (Midialogia Científica).

De ano para ano, foi possível notar o movimento dos trabalhos quase sempre ligados às demandas do mercado e aos agendamentos político-social e da mídia, tendendo principalmente para as subtemáticas saúde ou meio ambiente.

Geralmente, os artigos estiveram focados em suas representações na mídia e nos experimentos comunicacionais em instituições, envolvendo assessorias de comunicação, museus, propostas educacionais ou capacitações. A maioria dos trabalhos trafegou dentro do campo da *Teoria do Newsmaking*, pelo conceito de *Gatekeeper* e de marketing institucional. Os trabalhos, nesses casos, se debruçaram em estudos de caso e tiveram um forte

viés descritivo. Também estiveram presentes nos artigos durante mais de duas décadas, contribuições teóricas de outros campos do conhecimento, como a Sociologia, a Linguística e a Antropologia.

Houve uma grande tendência dos artigos em se direcionar para a atualidade dos fatos, com temáticas como aids, dengue, obesidade, problemas climáticos e desmatamento, agendadas pela mídia hegemônica ou pelos governos, com reflexo nos trabalhos de pesquisa apresentados a cada ano. Essa movimentação também esteve relacionada ao financiamento de agências de fomento (estaduais e federais), conforme os editais abertos em cada período.

Apesar dos avanços e de sua consolidação, o desafio do GPCCMAS é um processo: pensar epistemologicamente o campo da Midialogia Científica e as suas diferentes interfaces (especialmente, voltadas para subtemáticas como saúde, meio ambiente e sociedade) e propor novas construções e olhares sobre esse vasto campo. Ainda, poucas pesquisas têm avançado com profundidade sobre as subjetividades e as construções teóricas do campo do GP. Para superar essa dificuldade, o grupo vem buscando caminhos para refletir epistemologicamente a midialogia científica de forma interdisciplinar e transdisciplinar, agregando conceitos fundamentais da História da Ciência e da Filosofia da Ciência em suas atividades.

Referências

CHAPARRO, Manuel C. **Jornalismo Científico Vive Fase de Contradição no Brasil.** São Paulo, (mimeo), 18 p., 1993.

COSTA, Luciana Miranda. **Comunicação e Meio Ambiente: uma análise da campanhas de comunicação de prevenção a incêndios florestais na Amazônia.** Belém: NAEA, UFPA, 2006.

FERREIRA, Ricardo Alexino. **A divulgação científica midiática**: produção dos meios e capacitação. Campinas (SP): Foro Iberoamericano de Comunicación y Divulgación Cientifica. 2009.

GOMES, Isaltina Mello. **Dos laboratórios aos jornais.** Dissertação de mestrado/ UFPE. Recife. (mimeo), 215 p., 1995.

Capítulo 15

Consolidação dos Estudos de Música, Som e Entretenimento no Brasil

Micael Herschmann[1]
Simone Pereira de Sá[2]
Felipe Trotta[3]
Jeder Janotti Junior[4]

1. Doutor em Comunicação pela UFRJ, pesquisador do CNPq, professor do PPGCOM da UFRJ, onde também coordena o Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação.
2. Doutora em Comunicação pela UFRJ, pesquisadora do CNPq, professora do PPGCOM da UFF e coordenadora do Laboratório de Pesquisas em Culturas Urbanas e Tecnologias da Comunicação.
3. Doutor em Comunicação pela UFRJ, pesquisador do CNPq, professor do PPGCOM da UFF e membro do Laboratório de Cultura Urbana, Lazer e Tecnologias.
4. Doutor em Comunicação pela UNISINOS, professor do PPGCOM da UFPE e coordenador do Laboratório de Análise de Música e Audiovisual.

Introdução

Nossa proposta aqui foi de desenvolver algumas breves reflexões sobre as dificuldades e perspectivas para a consolidação e expansão dos estudos *de Som, Música e Entretenimento* – articulado ao interdisciplinar campo da comunicação –, especialmente no contexto brasileiro[5].

Antes de mais nada, gostaríamos de sublinhar que quando se fundou em 2012 o *GP Comunicação, Música e Entretenimento* na Intercom a intenção das lideranças da rede nacional de investigadores envolvida foi a de não repetir certos processos que tendem a "engessar" e/ou que institucionalizam demasiadamente as redes de

5. O desenvolvimento de reflexões mais detalhadas sobre esta corrente de estudos transcende o escopo deste trabalho. Certamente um trabalho mais detalhado comportaria uma análise do papel: a) dos trabalhos pioneiros (SCHAFER, 1969); b) das investigações de C*ultural Studies* (que dão dimensão do crescimento do interesse pelo universo musical associado à emergência das culturas juvenis e das minorias) (mais informações, ver: HEBDIGE, 1979; HALL e JEFERSON, 1976, HALL, 2003; MATTELART e NEVEU, 2004); c) das pesquisas de Economia Política da Comunicação (que constroem uma análise critica das transformações na dinâmica de produção, circulação e consumo da indústria fonográfica) (cf. ATTALI, 1995; BURNETT, 1996; BUSTAMANTE, 2002); d) da ampliação da agenda de estudos proposta pelos *Sound Studies* (relevância das transformações tecnológicas e das condições de escuta) (para mais informações, ver: KITTLER, 1999; CONNOR, 2000; BULL, 2007; STERNE, 2002; DE NORA, 2000, LABELLE, 2010).

pesquisa, tentando assim oferecer uma alternativa mais dinâmica, mais *molecular* do que *molar* (para usar categorias cunhadas por Deleuze e Guattari[6]), a qual permitiria "administrar" um pouco melhor a "condição ainda periférica" dos trabalhos elaborados pelos *pesquisadores de comunicação, música/som e entretenimento* junto a outros estudos e campo do saber, os quais gozam nitidamente de mais prestígio.

Em outras palavras, esses trabalhos ocupam ainda um lugar secundário no campo da comunicação, apesar do crescente interesse do público acadêmico e não acadêmico e também dos possíveis subsídios que estas pesquisas podem oferecer para o desenvolvimento não só de políticas públicas, mas também para os processos de renovação do conhecimento. Ainda que a cultura musical da modernidade tenha desempenhado um papel relevante na expansão dos meios de comunicação massivos, as pesquisas em torno desses objetos ocuparam, até muito recentemente, um lugar secundário especialmente se compararmos a música e o som com outros sistemas de comunicação que utilizam predominantemente a escrita ou a imagem (ainda que as sonoridades estivessem envolvidas também nos processos de produção, circulação ou consumo dessas). Entretanto, nos últimos quinze anos vislumbram-se indícios de um deslocamento, do qual a fundação do *GP Comunicação, Música e Entretenimento* da Intercom é um bom exemplo no

6. Mais detalhes, cf. DELEUZE e GUATTARI, 1995.

âmbito do reconhecimento institucional. Como sugere de forma instigante Sousa Santos, é preciso – com certa frequência – para se produzir alguma inovação, ter a ousadia e valorizar o que é considerado a princípio como menor, periférico ou residual, ou seja, de acordo com o autor este seria um viés para se identificar de forma mais clara a riqueza do contexto atual e, assim, conseguir (de alguma maneira) "expandir" o *presente* (o seu campo de possibilidades) e contrair o *futuro* (SOUSA SANTOS, 2010)[7].

Assim, o que se nota é que apesar da música ser amplamente entendida como uma forma de expressão – quase sempre apenas identificada na sua dimensão artística ou mercadológica –, a dimensão comunicativa desta, por muito tempo passou despercebida. Em *Ruídos,* Attali (1995) sublinha alguns aspectos profícuos e a condição ambígua – muitas vezes subterrânea e até "maldita" – da música na vida social.

Ainda nesta publicação, o autor lança uma lista de pressupostos bastante relevantes sobre a música e, especialmente sobre o potencial dos estudos que buscam analisar a experiência social que envolve direta e indiretamente a música (e as sonoridades): a) primeiramente, ele sublinha que a música permitira perceber tendências sociais, ela se constituiria, em certo sentido, mais do

7. Em um artigo estimulante e revelador Sovik assinala o quanto a música (especialmente o jazz) influenciou o pensamento e a vida de Stuart Hall, reconhecidamente um dos mais atuantes e críticos intelectuais do século XX (mais detalhes, cf. SOVIK, 2014).

que um simples "espelho do seu tempo"; b) outro pressuposto é o de que a música é mais do que um objeto de estudo, isto é, seria uma forma de conhecimento – um método – que permitira analisar e compreender as sociedades nas suas dinâmicas e complexidades; c) que apesar do seu papel catártico, da enorme capacidade de sedução e mobilização das sociedades ao longo da história, a música sempre ocupou um lugar "ambíguo" (ele assinala que foi incentivada e entronizada em algumas circunstâncias, mas que, em outras, foi tolerada, perseguida ou censurada); d) e, concluindo, assinala que todos que trabalham com a música sempre conviveram com um ambiente marcado pela presença constante de estereótipos e preconceitos.

Assim, transpondo parte dos argumentos de Attali para o âmbito e debate acadêmico: pode-se dizer que há certa sensação de desconforto que acompanha a trajetória dos pesquisadores com música e sonoridades. É evidente que o prestígio dos objetos de estudo afeta a imagem, isto é, a maneira como é encarada a pesquisa realizada. Dessa forma, os investigadores que se debruçam sobre práticas musicais consolidadas – como, por exemplo, a música clássica – conseguem atingir em geral mais facilmente um patamar de legitimidade no campo científico, especialmente entre os estudos acadêmicos de artes. Por outro lado, os estudos das músicas "populares" ou de práticas musicais que são intensamente midiatizadas "sofrem" com sua posição hierárquica desvantajosa no mercado de valores dos bens culturais. Ou seja, é como se o preconceito em relação ao objeto de estudo

"contaminasse" em alguma medida quem o estuda. Vale sublinhar que a música popular sempre foi vista como uma atividade ambígua, perigosa, marcada por uma "aura boêmia" e, portanto, é um assunto de "gente pouco séria". A ideia subjacente no imaginário do meio acadêmico mais conservador é a de que provavelmente os envolvidos direta e indiretamente com as experiências sônicas estão mais interessados na fruição do que em refletir de forma crítica sobre a realidade social.

Além disso, há também a constatação de um descompasso entre oferta e demanda que envolve os interessados nesse conjunto de temáticas. Assim, por um lado, é possível perceber a crescente importância dos estudos de música hoje, ou seja, é possível com facilidade atestar uma crescente demanda dos alunos, pesquisadores e dos atores sociais por estas reflexões; e, por outro lado, infelizmente constata-se a falta de capacidade das universidades em atender esta crescente demanda. Isto é, em geral, esta emergente demanda se depara com a falta de estrutura institucional que se traduz, por exemplo, na presença rara de disciplinas na grade da graduação e pós-graduação dedicadas a problematizar aspectos musicais e/ou sônicos. Isso vale para os departamentos de comunicação e para outros setores das universidades ou instituições de ensino superior[8]. Entretanto, vale

8. A registrar-se, como exceção ao quadro geral, o curso de graduação em Estudos de Mídia, da Universidade Federal Fluminense, cuja grade curricular dedica um eixo formado por conjunto expressivo de disciplinas aos estudos de Som e Música.

salientar que no âmbito da pós-graduação em comunicação começa-se lentamente a notar algumas mudanças nos últimos anos, as quais indicam uma maior abertura da área. Por exemplo, nos programas de pós-graduação aos quais os membros da rede nacional de pesquisa (aqui mencionada) estão vinculados, identifica-se um maior acolhimento às questões e demandas associadas ao subcampo dos estudos de música, mídia e entretenimento.

Diante deste cenário não há como deixar de apontar para outro descompasso que ao que tudo indica está relacionado à consolidação dos *Estudos de Som e Música* no campo da Comunicação: se hoje, a música e o som estão cada dia mais onipresentes em nosso cotidiano, servindo inclusive para os debates em torno dos prós e contras da circulação digital dos produtos culturais; por outro lado, essa presença não parece refletir-se de maneira equitativa nas produções acadêmicas, já que (como foi apontado anteriormente) essa capilaridade da música e das sonoridades ainda não se materializa no mesmo grau nos livros e disciplinas dedicadas às teorias da comunicação.

Forte resistência aos *Estudos de Entretenimento*

Se o preconceito (muitas vezes "velado") em relação aos *Estudos de Som & Música* é uma dificuldade a ser suplantada para o desenvolvimento de práticas significativas de produção de conhecimento, os *Estudos*

de Entretenimento parece sofrer ainda mais com uma postura "reativa" de significativos setores do meio acadêmico. Não só os pesquisadores que se debruçam sobre este conjunto de temas são vistos com muita desconfiança (situação similar à condição enfrentada pelos especialistas de *Som & Música*), mas também há uma compreensão equivocada destes estudos, quase sempre encarados (de forma um tanto precipitada) – a partir de uma perspectiva frankfurtiana – como "celebratórios" da dinâmica hegemônica do entretenimento no mundo contemporâneo. O fato de reconhecer que há uma preponderância da lógica do entretenimento hoje não quer necessariamente dizer que não venha se tentando desenvolver estudos críticos e atentos à complexidade de interesses, práticas e imaginários presentes na atualidade. Nesse sentido, convém destacar que a área de comunicação sempre dedicou especial atenção aos artefatos ou dispositivos de entretenimento e que os próprios meios de comunicação foram tradicionalmente veículos de atividades lúdicas que estruturaram a modernidade. Tanto o jornal como o livro, o rádio, o cinema e o fonógrafo foram tecnologias utilizadas *também* como formas de entretenimento no cotidiano. Se para muitos especialistas o cinema é o deflagrador da "invenção da vida moderna" (CHARNEY e SCHWARTZ, 2001), é necessário também pesquisar e refletir sobre os mecanismos de circulação e compartilhamento de ideias – não somente a partir de filmes –, é preciso problematizar todo o aparato cultural dedicado a "entreter" que envolve, por exemplo, o mercado cinematográfico. Nas últimas décadas, a

televisão, os jogos eletrônicos e a internet inauguraram novas formas de trocar informações e ideias, permitindo especialmente realizar práticas estésicas e de fruição que não se separam necessariamente das chamadas "atividades sérias". Os *Estudos de Entretenimento* justamente sublinham que a dimensão lúdica não "entorpece" necessariamente os sentidos, isto é, não interdita a reflexão sobre aspectos mais profundos e complexos da vida em sociedade, mas operam exatamente no sentido inverso: pautando, tensionando e problematizando referenciais simbólicos e éticos de convivência social, estabelecendo disputas e conciliações em torno de temáticas, ideias, identificações (étnicas, geográficas, de classe, de gênero, faixa etária, etc.) ou valores socioculturais.

É importante salientar que esses preconceitos acabam por obliterar fatores importantes não só da formação no campo da comunicação, bem como reflexões sobre o seu próprio papel social, já que parte considerável do atual mercado da comunicação está direta e indiretamente relacionado aos produtos e serviços de entretenimento, e estes por sua vez, são responsáveis pela dinâmica que envolve sujeitos e objetos, isto é, são fundamentais para compreender importantes processos que envolvem as esferas do cultural, social, econômico e do político no mundo contemporâneo.

Os *Estudos de Entretenimento*, portanto, têm colaborado de forma significativa para "colocar por terra" o argumento – muito presente ainda no imaginário social – de que *razão* e *sensibilidade* não constroem obrigatoriamente uma relação dicotômica: inúmeras pesquisas

têm reiterado que, se por um lado, vivemos em sociedades hedonistas e espetacularizadas; por outro, essas mesmas sociedades seguem potencialmente reflexivas e críticas. Mais do que isso: com grande frequência emprega-se a linguagem e a lógica do espetáculo e do entretenimento para se realizar críticas – algumas bastante contundentes – a dinâmica da sociedade de consumo de massa instituída (MAFFESOLI, 1998 e 2007; HERSCHMANN, 2005; SZANIECKI, 2007, HARDT e NEGRI, 2005). Portanto, livros, músicas, filmes, novelas, séries, videogames, peças teatrais, shows, espetáculos e todo aparato midiático dedicado ao entretenimento são acionados para elaborações individuais e coletivas de ideias e ações, que precisam ser estudados de forma rigorosa, superando preconceitos estéticos e acadêmicos.

Assim, é importante sublinhar que as experiências no mundo atual estão crescentemente e intensamente associadas à dinâmica do entretenimento e do espetáculo. O "entretenimento" é hegemônico na sociedade atual (não é um ambiente/contexto do qual é possível "sair" como muitos acreditam, isto é, estamos todos – gostemos ou não – imersos num mundo espetacularizado profundamente marcado pelo entretenimento), constituiu-se em uma referência cultural e uma força econômica fundamental (HERSCHMANN, 2005). Contudo, o ambiente construído pelas experiências (e as sociabilidades por estas estimuladas) no mundo atual espetacularizado – e caracterizado pela hegemonia da lógica e dinâmica da indústria e cultura do entretenimento – deve ser analisado com muita cautela e dentro de uma perspectiva

crítica, porém sem adotar *a priori* uma postura apocalíptica ou condenatória. Poder-se-ia, inclusive, amplificar a complexidade dos processos de constituição dos sujeitos e o peso dos aspectos massivos apontados por Jean-Louis Comolli ao aproximar, de certa maneira, o cinema ao entretenimento. Para o autor música, games (etc.), tal como o cinema "[...] tratam a massa como uma coleção de indivíduos, e cada um como um sujeito dividido, a uma só vez não rigorosamente conforme ao grupo e não reconciliado consigo mesmo" (2007, p.129).

Vale a pena ressaltar a esta altura que é preciso de um pouco de ousadia no meio acadêmico e se renovar os sentidos e significados associados ao "entretenimento". Quando se analisa os sentidos relacionados a esta palavra, constata-se uma forte conotação negativa: vários autores sublinham que a sua etimologia é de origem latina e que vem de *inter* (entre) e *tenere* (ter), isto é, a maioria dos sentidos associados à palavra tangencia a ideia de "iludir" ou "enganar". Nesse sentido, alguns teóricos seguem argumentando que a sociedade contemporânea realizaria um investimento "excessivo" na imagem, no espetáculo. Atribuem a esse investimento constante, à intensa movimentação e ao consumo dos atores em torno das performances como um sinal invariavelmente negativo: tomam esse fato como um traço marcante da sociedade atual e um indício claro do esvaziamento da esfera pública (da falta de interesse dos indivíduos pelo coletivo) (BENJAMIN, 1987; LIPOVETSKY, 1988; BAUDRLLARD, 1991).

Por exemplo, a interatividade dos indivíduos que gravitam em torno de "gêneros", "circuitos" e "cenas

musicais" (JANOTTI JUNIOR e SÁ, 2013) não só fornece subsídios para uma revisão das críticas que em geral são feitas à sociedade contemporânea "espetacularizada" e caracterizada pela "alta visibilidade"[9], mas apresenta-se como um objeto de estudo relevante para os pesquisadores da área de comunicação reavaliarem os processos que envolvem as tramas urbanas atuais.

Aliás, analisando retrospectivamente é possível constatar que os *Estudos de Som, Música e Entretenimento* são tão relevantes para compreender as dinâmicas culturais das urbes no presente que, até bem pouco tempo (para ser mais preciso, antes do GP da INTERCOM ser fundado), a maior parte dos trabalhos que eram produzidos pela rede nacional de pesquisadores deste subcampo (já mencionada aqui) era submetida e apresentada no "GP de Comunicação e Culturas Urbanas" (nos encontros anuais desta associação científica). Neste sentido, poder-se-ia afirmar que estes estudos têm contribuído para a renovação das investigações que se debruçam sobre as culturas urbanas, pois afinal sons, música e entretenimento são quase onipresentes nas práticas, rotinas e experiências vivenciadas pelos atores sociais, especialmente no cotidiano das cidades na atualidade.

9. No mundo contemporâneo, além da espetacularização, outro fator que vem se evidenciando como estratégico e fundamental para todos é a *alta visibilidade*. À medida que o poder da sociedade atual em propagar imagens cresce, está aumentando também significativamente a importância da visibilidade (Mais detalhes, ver: HERSCHMANN, 2005).

Expansão dos *Estudos de Som & Música* no início do século XXI

Apesar dos desafios assinalados aqui é possível afirmar que os *Estudos de Som & Música*, nos últimos anos, estão em expansão em todo globo. A área de estudos de cinema, por exemplo, dedica-se com crescente entusiasmo a analisar o papel das trilhas sonoras na realização fílmica, produzindo uma extensa literatura sobre o lugar do som na experiência audiovisual. O mesmo pode ser dito sobre as pesquisas sobre videogames, que reconhecem cada vez mais as influências do som e da música na "jogabilidade", isto é, na experiência imersiva dos diversos gêneros de jogos. Além disso, a música pop – em seus diversos formatos e modos de circulação nas mídias – tem sido abordada como artefato de substancial importância na vida cotidiana por esses estudos, o que vêm possibilitando que se problematizem alguns conceitos emblemáticos (que reforçam o tom condenatório), tais como o de "espetáculo" (DEBORD, 1997) ou de "simulacro" (BAUDRILLARD, 1991) para se repensar a experiência musical "como vetor de ações e pensamentos no mundo" (BLACKING, 1995), isto é, como modo de compartilhamento, pertencimento e de elaboração de ideias. Assim, vem crescendo a percepção por parte dos investigadores da área da Comunicação (e, de modo geral, das Ciências Sociais) de que a músicas/sons e formas de entretenimento são algumas

das principais "forças moventes"[10] do mundo contemporâneo (RIBEIRO, 2013), isto é, são pilares dos "modos de existência" e dos "projetos de vida" neste início de milênio.

Por exemplo, o campo de "estudos das músicas populares" cresce continuamente em área como Letras, Antropologia, Sociologia e mesmo na de Música (esta última, com frequência, tende a se apoiar em referências conservadoras, de valor estético). Neste quadro de expansão, chama à atenção a consolidação da Associação Internacional de Estudos de Música Popular – fundada em 1981 e que congrega centenas de pesquisadores em todo o mundo –, a qual é uma das instâncias institucionais nas quais se evidencia o crescimento desse amplo campo de estudos, o qual se caracteriza fortemente por seu caráter multidisciplinar.

Na mesma direção, podemos mencionar ainda a consolidação – nos últimos vinte anos – do campo dos Estudos de Som (*Sound Studies*). Marcado por uma perspectiva multidisciplinar atesta-se a construção de uma agenda de pesquisa que amplia as reflexões do campo musical em torno das dimensões ideológicas, sociológicas, discursivas e/ou textuais da música; incorporando outras temáticas tais como: a) a história e o papel dos formatos, artefatos, dispositivos sonoros e espaços

10. Poder-se-ia mencionar outros vetores de grande mobilização social no mundo contemporâneo como *memória* e o *imperativo da felicidade*. Para mais detalhes, cf. RIBEIRO, 2013.

acústicos tecnologicamente mediados (GITELMAN, 2006; THOMPSON, 2004); b) a construção do regime de "audibilidade moderna" (STERNE, 2002); c) e os limites e possibilidades da noção de "paisagem sonora" (SCHAFER, 2003), dentre muitos outros exemplos[11].

Vale salientar também que o contexto de "transição" do mercado da música representa mais do que um marco na visibilidade destes estudos, mobilizando e instigando um número crescente de pesquisadores a refletir sobre as mudanças (e continuidades) em curso de uma perspectiva multidisciplinar. Desde o final da década de 1990, a indústria da música – de maneira pioneira – vem sendo profundamente impactada pelo emprego intensivo e criativo que os consumidores-usuários vêm realizando das novas tecnologias de comunicação e informação (que redundam, por exemplo, em intensas trocas livres que colocam desafios aos limites impostos pelo sistema de propriedade intelectual vigente). De certo modo, tais "mudanças" posicionam o campo da Comunicação em um espaço privilegiado de reflexão, pois a área dispõe de ferramentas analíticas e amplitude interpretativa suficientes para abarcar uma compreensão mais complexa e ampla sobre o fenômeno musical, o qual está em intensa transformação no atual contexto.

Estas reconfigurações provocaram transformações profundas não só nas etapas de produção, circulação e

11. Para uma análise detalhada das contribuições dos Estudos de Som, ver SÁ (2010) e SÁ e COSTA (2012).

consumo da música (inclusive na sua articulação com a indústria de entretenimento global), mas também vêm suscitando reflexões sobre novas práticas, linguagens, experiências estéticas e audibilidades que são possíveis de ser observadas, por exemplo: a) nas "paisagens sonoras" (SCHAFER, 1969), "circuitos" e "cenas" (JANOTTI JUNIOR e SÁ, 2013) mediadas tecnologicamente e exploradas na sua dimensão artística; b) na diversificação do conjunto de práticas comunicacionais desenvolvidas por meio de celulares e de outros dispositivos móveis; c) e no crescimento da importância das trilhas sonoras para o êxito dos games (entre outros exemplos significativos). Neste sentido, as análises que não só problematizam as articulações entre som, música e tecnologias de comunicação, mas que também analisam os diversos aspectos da experiência sonora e musical – enquanto experiência estética, de produção/consumo e de sociabilidade – vêm avançando de forma expressiva, explorando novos objetos e questões profícuas e relevantes, as quais reconhecidamente vêm gerando inovação para diversos campos do saber.

No Brasil, o crescente interesse por este conjunto de temáticas no campo da comunicação é bastante expressivo e evidente, podendo ser constatado através do aumento: a) dos eventos acadêmicos regulares – alguns com mais de quatro edições anuais – relacionados às pesquisas desenvolvidas nesta área de estudos, tais como COMUSICA, MUSICOM e MUSIMID; b) do número expressivo de trabalhos apresentados nos principais congressos nacionais e internacionais (como, por exemplo,

ALAIC, COMPÓS, INTERCOM e IBERCOM); c) e do número crescente de artigos submetidos aos periódicos e revista do campo da Comunicação.

Este volume de resultados é decorrência, sobretudo, da atividade de investigação e reflexão sistemática desenvolvida por alguns grupos de pesquisa vinculados aos programas de pós-graduação em Comunicação (dedicados ao tema e distribuídos em diferentes regiões do país). Em breve mapeamento, que não pretende ser exaustivo, poder-se-ia mencionar alguns grupos consolidados no cenário da Comunicação, tais como: o Laboratório de Pesquisa em Culturas Urbanas e Tecnologias da Comunicação (LabCult) vinculado ao PPGCOM da UFF e coordenado por Simone Pereira de Sá e Felipe Trotta; o Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação (NEPCOM) vinculado ao PPGCOM da UFRJ e coordenado por Micael Herschmann; o Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (LAMA) vinculado ao PPGCOM da UFPE e coordenado por Jeder Janotti Junior e Thiago Soares; e o Grupo de Pesquisa em Cultura Pop, Comunicação e Tecnologias (CULTPOP) vinculado ao PPGCOM da UNISINOS e coordenado por Adriana Amaral e Fabricio Silveira. Além dos grupos de pesquisa mencionados, vem se construindo um ambiente profícuo de interlocução e colaboração, especialmente com os seguintes pesquisadores do campo da comunicação: Jorge Cardoso (UFBA); Eduardo Vicente (USP), Vinicius Andrade Pereira, Cíntia Sanmartin Fernandes e Marcelo Kischinhevsky (UERJ), Everardo Rocha (PUC-RJ); Gisela Castro, Monica Rebecca Ferrari e

Silvia Borelli (ESPM-SP); Herom Vargas (USC), Suzana Reck Miranda (UFSCAR); Fernando Moraes da Costa (UFF), Heloisa Valente e Simone Luci Pereira (UNIP), José Claudio Castanheira (UFSC), Liv Sovik (UFRJ), Angela Prysthon e Rodrigo Carreiro (UFPE). Poder-se-ia afirmar que vem se consolidando nos últimos anos na área da comunicação uma rede de pesquisa bastante produtiva e marcada pela pluralidade, a qual vem explorando de forma criativa as diversas interfaces do campo sonoro, musical e do entretenimento.

Considerações finais

Levando-se em conta o que foi assinalado aqui, poder-se-ia argumentar que o *GP de Comunicação, Música e Entretenimento* da INTERCOM representa não só um momento de maior abertura no campo da comunicação, mas também é resultado de um processo de organização e amadurecimento desta rede nacional de pesquisa. Não seria exagero afirmar que o GP da Intercom tem potencializado o crescimento deste campo de estudo e reflexões, promovendo um espaço de contato e diálogo dentro do contexto dos congressos anuais da associação. De forma pioneira a Intercom abriu esse canal de diálogo e tem apostado na consolidação deste subcampo temático na área da Comunicação. Nesse sentido, os trabalhos do *GP de Comunicação, Música e Entretenimento* – através de pesquisas acadêmicas densas e de qualidade – têm

não só possibilitado repensar o papel das musicalidades e sonoridades na cultura contemporânea, mas também, de certa maneira, têm procurado indicar significativas mudanças teórico-metodológicas: especialmente que o lugar de "observadores altivos" (que caracterizou parte dos trabalhos analíticos do campo da comunicação) está se transformando através da realização de pesquisas imersivas (e ao mesmo tempo críticas) no cotidiano, as quais têm buscado refletir sobre as dinâmicas que nos constituem e que constroem o universo comunicacional atual no qual vivemos.

Finalizando, destaca-se outro fato recente e auspicioso: a aprovação em 2014 – com apoio de trinta PPGCOMS do país – do "GT de Estudos de Som e Música" nos encontros nacionais realizados pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Analisando retrospectivamente a trajetória da rede de pesquisadores que atuam neste subcampo, é possível constatar que a aprovação deste GT – que tem por objetivo reunir os pesquisadores em torno de trabalhos que analisem as dimensões estéticas, tecnológicas, econômicas, políticas, subjetivas e de sociabilidade associados ao universo de produção, circulação e consumo sonoro e musical nos ambientes midiáticos – confirma ao mesmo tempo a pluralidade de enfoques e a possibilidade de crescimento do diálogo e do trabalho colaborativo deste subcampo temático na área da Comunicação.

Portanto, concluindo este breve balanço, constata-se que este momento de consolidação deste subcampo de

estudos é resultado não apenas de muitos sacrifícios e esforços institucionais e não institucionais, mas também – e, sobretudo – é decorrência de uma percepção crescente e amplamente compartilhada de que sonoridades, música e entretenimento ocupam um lugar de destaque no mundo contemporâneo.

Referências

ATTALI, Jacques. **Ruídos**. México, Siglo Veintiuno, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacro e Simulações.** Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas.** São Paulo: Brasiliense, vol. 1, 1987.

BLACKING, John. **Music, Culture and Experience.** Chicago: University of Chicago Press, 1995.

BULL, Michael. **Sound moves.** Nova York: Routledge, 2007.

BURNETT, Robert. **The global jukebox.** Londres: Routledge, 1996.

BUSTAMANTE, Enrique. **Comunicación y cultura en la era digital.** Barcelona: Gedisa, 2002.

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa. **O *cinema* e a *invenção* da vida moderna.** São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

COMOLLI, Jean-Louis. Os homens ordinários, a ficção documentária In. GUIMARÃES, César *et al.* (orgs.). **O Comum e a Experiência da Linguagem.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

CONNOR, Steven. **Dumbstruck:** a Cultural History of Ventriloquism. Oxford: Oxford University Press, 2000.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs.** São Paulo: Ed. 34, 1995.

DE NORA, Tia. **Music and Everyday Life.** Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

GITELMAN, Lisa. **Always already new**. Massachusetts: MIT Press, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

_____.; JEFFERSON, Tony (orgs.). **Resistance through rituals.** Londres: Hutchinson, 1976.

HARDT, Michael; NEGRI, Antônio. **Multidão.** Rio de Janeiro: *Record*, 2005.

HEBDIGE, Dick. **Subculture.** Londres: Methuen, 1979.

HERSCHMANN, Micael. Espetacularização e alta visibilidade. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs.). **Comunicação, cultura e consumo.** Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2005.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; SÁ, Simone P. de (orgs.). **Cenas Musicais.** Guararema: Anadarco, 2013.

KITTLER, F. **Gramophone, Film, Typewrither.** Stanford: Stanford University Press, 1999.

LABELLE, Brandon. **Acoustic Territories/Soud Culture/and Everyday Life**. Nova York : Continuum, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio.** Lisboa: Relógio D'Água, 1988.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível.** Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1998.

_____. **O ritmo da vida**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MATTELART, Armand; NEVEU, Eric. **Introducción a los Estudios Culturales**. Barcelona, Paidós, 2004.

RIBEIRO, Ana Paula. G.; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (orgs.) **Entretenimento, Felicidade e Memória:** forças moventes do contemporâneo. Guararema: Anadarco, 2012.

SÁ, Simone Pereira de. A trilha sonora de uma história silenciosa: som, música audibilidades e tecnologias na perspectiva dos Estudos de Som. In: SÁ, Simone P. de Sá. (org.). **Rumos da Cultura da Música**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

_____.; Costa, Fernando M. da. Qual é o papel do som na cultura audiovisual? In: Sá, Simone P. de; Costa, Fernando M. da. (orgs.). **Som + Imagem.** Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

SCHAFER, R. Murray. **The New Soundscape.** Viena: Universal Edition, *1969*.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Ed. UNESP, 2003.

STERNE, Jonathan. **Audible Past**. Durham: Duke University Press, 2002.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. **Gramática do Tempo.** São Paulo: Cortez, vol. 4, 2006.

SOVIK, Liv. Stuart Hall: a favor da diferença. In: **Globo** (Caderno Prosa e Verso). Rio de Janeiro, 22 de fevereiro de 2014.

SZANIECKI, Bárbara. ***Estética da multidão***. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

THOMPSON, Emily. **The soundscape of modernity**. Massachusetts: MIT Press, 2004.

Capítulo 16

A pesquisa em produção editorial: objetos, interfaces e perspectivas teóricas

Ana Gruszynski[1]
Márcio Souza Gonçalves[2]
Ana Elisa Ribeiro[3]

1. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e Pós-doutora pelo Instituto de Letras da UFRGS. Bolsista produtividade do CNPq.
2. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e bolsista Prociência UERJ/FAPERJ. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Pós-Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
3. Professora e pesquisadora no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), onde atua no bacharelado em Letras (Tecnologias da Edição) e no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. É doutora em Linguística Aplicada.

1. Introdução

O campo da produção editorial pode ser caracterizado pela diversidade de suas interfaces. Identificado com a comunicação no âmbito da formação universitária em nível de graduação, acolhe junto à práxis profissional e à pesquisa perspectivas aplicadas e teóricas que evidenciam sua permeabilidade a várias áreas do conhecimento, como a história, a educação, as letras (tanto na literatura quanto em aspectos dos estudos linguísticos), o design gráfico, a arquitetura, a ciência da informação, as belas artes, a sociologia, entre outras. Isso se dá tendo em vista tanto o domínio de um repertório técnico quanto dos desdobramentos de seu papel como atividade de mediação cultural.

Em sua origem vinculada à edição de livros, a produção editorial expandiu-se significativamente com a diversificação das publicações e o crescimento de um público leitor, em uma dinâmica que, contemporaneamente, se complexifica e se amplia com o desenvolvimento das tecnologias digitais e em rede. O editor, figura central para a compreensão do estabelecimento e da institucionalização da área, historicamente assumiu tarefas que abrangem a seleção e a edição de conteúdos, bem como processos de produção industrial e comercialização, conforme pode ser apurado nas distinções que fez Bragança (2002). Podemos observar, assim, duas facetas que perpassam a produção editorial: uma de caráter ideológico, vinculada à escolha, ao tratamento e à disseminação de textos/ideias; outra comercial, em que

o estabelecimento de uma cadeia produtiva visa ao consumo de textos/produtos. Seu tensionamento dinamiza tanto aproximações reflexivas quanto práticas e estratégias do mercado editorial.

Os aspectos destacados podem ser percebidos na própria constituição do Grupo de Pesquisa (GP) que reúne investigadores do campo junto à Intercom: as áreas de formação e/ou atuação de seus membros associados, assim como dos participantes de encontros anuais, são predominantemente de habilitações da comunicação[4], mas com significativa presença de pesquisadores provindos de letras, design, história, educação e, eventualmente, economia e administração. Também temos dois eixos principais que agregam as atividades do núcleo: um que se dedica às dimensões históricas, sociais e culturais ligadas à presença dos produtos editoriais, outro que se volta aos produtos, profissionais, processos e práticas do mercado editorial. Estes se articulam em temáticas privilegiadas que emergiram do amadurecimento do grupo ao longo de seus vinte anos de trabalho.

Em sua origem, no ano de 1994, o GP denominava-se Produção Editorial; logo a seguir, em 1996, passou a Produção Editorial, Livro e Leitura. Buscava, então, se constituir como um espaço para apresentação, discussão e divulgação de trabalhos desenvolvidos nas universidades brasileiras, na área multidisciplinar de estudos

4. Produção editorial/editoração, jornalismo e publicidade e propaganda.

do livro, abrangendo desde sua concepção e produção editorial até sua circulação, recepção e consumo. Em 2001, o grupo assumiu a denominação atual[5], tendo em vista a expansão dos temas tratados e a incorporação de processos e produtos editoriais, em diferentes suportes e formatos (BRAGANÇA, 2010). Nos anos seguintes, observou-se uma gradual presença de novos perfis de temas, objetos e abordagens, o que motivou a implementação de uma nova ementa, em 2012, assim estabelecida:

> Estudo da produção editorial contemplando as relações entre comunicação e outras áreas do conhecimento que se dedicam ao tema. Abrange diferentes abordagens e perspectivas de pesquisa em torno de produtos editoriais impressos, sonoros, audiovisuais ou multimídia, tais como livros, jornais, revistas, histórias em quadrinhos, narrativas multimídia etc., distribuídos em suportes analógico, digital ou em rede, privilegiando articulações entre: a) edição, cultura e

5. Em vez de Grupo de Pesquisa (GP), passou a ser Núcleo de Pesquisa (NP), denominação deliberada pela Intercom. Na ocasião, o Grupo de Pesquisa História em Quadrinhos foi extinto, em função do pequeno número de pesquisadores associados, e seus membros foram incorporados ao de Produção Editorial (PE). Desde então, pelo menos uma sessão de debate dos encontros anuais é dedicada ao tema. Em 2010, foi implementada nova organização dos núcleos, que voltaram a ser chamados de GP, mas agora organizados segundo grandes divisões temáticas (DT). O GPPE está vinculado à DT6 – Interfaces Comunicacionais.

> história; b) edição e linguagem; c) processos e produtos editoriais – agentes, cadeia produtiva, práticas editoriais, infraestrutura; d) produção editorial, suportes e tecnologia; e) gestão, produção, difusão e consumo; f) textos e leitores.[6]

O vínculo da atividade editorial com a escrita – e a cultura escrita – faz com que a dimensão tecnológica perpasse suas diferentes esferas, representando um importante aspecto de problematização teórica. Ela se faz presente na conformação dos dispositivos midiáticos (materialidade dos suportes e articulação dos discursos), além de potencializar e limitar processos de criação, edição, armazenamento, circulação/oferta e interação dos leitores/consumidores com os artefatos portadores de textos. Nesse sentido, as mudanças derivadas da introdução das tecnologias digitais na área editorial repercutem significativamente nas pesquisas desenvolvidas contemporaneamente, permitindo resgatar e repensar a cultura letrada impressa, assim como avaliar suas hibridações com a cultura digital emergente, desenhando e projetando novos cenários engendrados pela complexidade.

É importante salientar, ainda, que os diversos ângulos sob os quais a edição pode ser vista e pensada evidenciam a dificuldade da tarefa de descrevê-la, assim como a de resumir os estudos que vêm sendo empreendidos

6. Disponível em: < http://migre.me/kzj9d> Acesso em: 3 jul. 2014.

sob esse título. Trabalhos que buscaram historiar a edição e suas definições, inclusive como profissão, estiveram presentes na trajetória do grupo de pesquisa. Uma vertente prolífica e esclarecedora de trabalhos em história tratou de mostrar quem é o editor, tanto do ponto de vista de sua importância na sociedade grafocêntrica em que vivemos quanto em relação às suas tarefas, incluindo-se aí o registro das atividades de editores no Brasil e em outros contextos. Do editor que lê originais e seleciona textos ao editor preocupado especificamente com aspectos comerciais dos livros, muitos trabalhos focalizaram a importância desse "ator social" (MARTINS, 2005) para as questões que miramos.

Em sentido similar, a edição pôde ser analisada sob diversos pontos de vista, cabendo mencionar especialmente pesquisas que a tratavam nas letras e no design, assim como nas habilitações da comunicação social. A formação do editor ou as habilidades que ele precisa desenvolver (ou desenvolveu) para editar; as etapas do trabalho com textos, imagens, projetos gráficos; questões tecnológicas que influem, em maior ou menor grau, no processo de edição de texto ou na composição de produtos, quer sejam livros impressos, e-books ou ainda outros materiais, como revistas e jornais; os espaços, sociais e acadêmicos, onde a edição tem sido pesquisada e ensinada, ontem e hoje; todos são aspectos de uma abordagem que prima pela compreensão da edição como atividade intelectual, inclusive considerando-a como profissão especializada que demanda a formação e a reflexão sobre sua prática e suas concepções.

Já como atividade comercial, a edição esteve relacionada a diversos aspectos abordados pelas investigações, especialmente aquelas ligadas ao mercado editorial e à economia do livro, em suas várias formas; à concentração de empresas e às condições tecnológicas e trabalhistas das profissões ligadas à edição; a nichos editoriais específicos e sua relação com o dinheiro, o financiamento, o consumo e mesmo a formação e as práticas do leitor, incluindo-se aqui as questões de letramento e letramento digital que têm chamado a atenção de pesquisadores em diversos campos do saber; assim como ao comércio e à circulação do livro, do jornal e de outros produtos editoriais.

No centro de todas as dimensões envolvidas no universo da produção editorial, a dimensão ideológica, a comercial, a intelectual, a social, para citar apenas algumas, estão os objetos ou artefatos que apresentam textos em suas mais variadas formas. Essa centralidade dos produtos editoriais é o que nos leva à próxima seção.

2. Produtos editoriais: do manuscrito ao multiplataforma

A produção editorial lida com um universo de publicações que tem como objeto paradigmático o livro. Revistas, jornais e produtos de natureza similar, que possuem como característica de distinção o volume significativo de informações, são configurados materialmente a partir de um campo de especialização do design gráfico, aquele

denominado de editorial. A identidade desses produtos com a cultura letrada faz com que a crise no setor seja marcada pelo confronto entre a cultura do impresso e a emergente cultura digital, mas evoca uma tradição que procede dos textos manuscritos, que trataremos adiante. Interessa-nos, contudo, destacar a existência de uma *ordem dos livros*, noção introduzida por Chartier (1998) ao analisar em uma perspectiva histórica e social o papel da imprensa na cultura contemporânea:

> O livro sempre visou instaurar uma ordem; fosse a ordem de sua decifração, a ordem no interior da qual ele deve ser compreendido ou, ainda, a ordem desejada pela autoridade que o encomendou ou permitiu a sua publicação. [...] A ordem dos livros tem também um outro sentido. Manuscritos ou impressos, os livros são objetos cujas formas comandam, se não a imposição de um sentido ao texto que carregam, ao menos os usos que podem ser investidos e as apropriações às quais são suscetíveis. (CHARTIER, 1998, p. 8)

A materialidade dos objetos portadores de textos é entendida nessa perspectiva como constitutiva e articulada a condições de produção, circulação e consumo vinculadas a contextos sócio-históricos singulares. Na medida que processos de convergência desencadeiam mudanças de paradigmas relativas aos mercados midiáticos, princípios que orientam a atividade editorial e que compreendem esta *ordem* passam por significativas alterações.

Se o paradigma da revolução digital – anos 1990 – entendia que os novos meios eliminariam os antigos, aquele emergente supõe que novas e antigas mídias estão interagindo de formas cada vez mais complexas (JENKINS, 2009). Salaverría, Avilés e Masip (2010) afirmam que não há uma definição consensual do que seja a convergência e que perspectivas de estudo a tomam ora como produto, sistema ou processo. Abordagens sob o viés do produto privilegiam a confluência de tecnologias ligadas à digitalização, compreendendo a convergência como geradora de mensagens a partir da combinação de diferentes códigos. Vista como sistema, abarca um cenário mais amplo, abrangendo os âmbitos empresariais, tecnológicos, profissionais e editoriais, compreendendo também as esferas de produção e consumo. Enquanto processo, pressupõe que a análise do fenômeno deve englobar a avaliação dos diferentes âmbitos separadamente, segundo um *continuum* constituído por várias etapas que visam a integração.

As três alternativas de aproximação possibilitam avaliar diferentes aspectos da produção editorial e podem ser relacionadas às discussões a respeito do futuro do livro que desdobraram-se, nos últimos anos, principalmente em torno de dois núcleos de indagações. Um que agrega questionamentos acerca das implicações da passagem de edições impressas para digitais, que envolve principalmente aproximações de caráter empírico e preocupadas com o entendimento das mudanças tecnológicas; outro que abarca perspectivas mais amplas e voltadas a problematização da continuidade do livro

enquanto objeto de transmissão de conhecimento no mundo contemporâneo.

Tomando o livro impresso como produto exemplar da atividade editorial, relacionado-o a outras publicações[7] e suas configurações enquanto dispositivos – formas que estruturam o espaço e o tempo, constituindo assim matrizes que articulam os conteúdos (MOULILLAUD, 2002), é possível sistematizar aspectos que mobilizam a atenção de profissionais e pesquisadores, com ênfase, nesta seção, nos produtos, profissionais, processos e práticas do mercado editorial.

Em relato de pesquisa publicado em 2005, Earp e Kornis afirmavam que a cadeia produtiva do livro incorporava diferentes setores: "[...] autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro e bibliotecário, cada um formado por um grande número de firmas." (EARP E KORNIS, 2005, p. 18) Para os autores, o mercado do livro compreendia duas esferas relacionais: entre editores e livreiros (mediadas por vezes por distribuidores e ata-

7. Quando tratamos de periódicos, é importante mencionar que existem interfaces e características particulares, que dependem de vínculos com o campo jornalístico, com a natureza das edições – como revistas científicas, de produtos especiais projetados para segmentos especializados, etc. –, entre outros fatores. Não ignoramos a relevância dessas singularidades, que são objeto de vários trabalhos apresentados e discutidos nas reuniões do GP, mas optamos por priorizar em nossa proposta tópicos de caráter mais amplo.

cadistas) e entre os varejistas e os consumidores finais (pessoas ou bibliotecas).

A articulação entre esses agentes, assim como os encargos assumidos por cada um deles, vêm se alterando significativamente no contexto da convergência. Em um primeiro momento, as tecnologias digitais proporcionaram novas ferramentas de trabalho para agilizar a produção de publicações impressas. A seguir, edições eletrônicas pioneiras começaram a ser veiculadas em suportes físicos como CDs, passando a ter distribuição por recursos da Internet, para então ganharem espaço na *web*, acessíveis por *browsers*. A apropriação de características próprias do ambiente de rede implicaram a complexificação das mediações tecnológicas fundadas no digital – tanto no que se refere a *hardwares* como *softwares* –, e atualmente compreendem recursos de acesso e integração de bancos de dados, sistemas desenvolvidos especialmente para dispositivos móveis – *e-readers, tablets,* celulares –, modalidades de comércio eletrônico, gerenciamento de direitos autorais, constituição e administração de repositórios de textos/recursos, possibilidades de autopublicação sem a mediação dos tradicionais agentes, entre vários outros aspectos que ganham espaço[8] nos debates do grupo de pesquisa.

Observando, por exemplo, do ponto de vista do design editorial, na medida em que a digitalização permitiu a organização reticular dos fluxos informacionais em

8. No blog do grupo, é possível acessar os anais dos encontros anuais. Cf. http://www.ufrgs.br/lead-producaoeditorial/

arquiteturas hipertextuais, segundo estruturas não sequenciais e multidimensionais, os profissionais se defrontaram com lógicas que escapavam da linearidade própria da linguagem verbal impressa. Para além dos requisitos consolidados pelo design gráfico tradicional, colocou-se a demanda de projetar espaços de informação pelos quais os leitores/usuários podiam se mover. A visualidade, assim, constitui uma camada superficial, dependente das dimensões de interface (design de interação) e de navegação (arquitetura da informação) que compreendem desafios para as edições digitais.

Estas devem ser dimensionadas tendo em vista diferentes requisitos de acesso, que consideram tanto *hardware* (computador, *e-reader*, celular, etc.), *software* (aplicativos para leitura), como o conteúdo; mas também metadados que viabilizem sua identificação no ciberespaço, configurações particulares que respondem ao gerenciamento de direitos autorais, modalidades de compra/acesso de títulos, entre outros elementos. Nesse sentido, os produtos editoriais passam a estar cada vez mais vinculados às ações e aos artefatos resultantes das empresas de Tecnologia e Informação (TI) e os leitores, para usufruir de títulos, se deparam com a necessidade de se apropriar de novas tecnologias. Ainda que determinados consumidores prefiram o objeto impresso, a própria possibilidade de aquisição por meio de lojas virtuais – sejam portais que vendem todo o tipo de produtos, sejam livrarias ou mesmo diretamente de editoras ou autores – e não mais apenas em espaços comerciais físicos, representa mudança relevante na cadeia produtiva.

Em pesquisa mais recente, Earp e Kornis (2010) atestam que, no período de 1998 a 2006, houve uma ampliação do consumo da internet no Brasil, do mesmo modo que ocorreu um aumento nas vendas de celulares, o que impactou nos gastos familiares, realocando valores que anteriormente podiam ser reservados à compra de livros. Entender essa reorganização dos consumidores envolveu um crescimento na demanda por bens inferiores – livros usados, apostilas e cópias piratas –, sem que os leitores deixassem necessariamente de buscar as obras que os interessavam. A estratégia de busca estaria se dando por outros meios, como versões eletrônicas, cópia impressas emprestadas ou fotocopiadas. Para os autores, "[...] as vendas de livro dependem dos preços desse produto e do comportamento de seus compradores – o governo e o mercado" (EARP; KORNIS, 2010 p. 362).

Estes dados podem ser colocados em relação a outros levantados por duas pesquisas que mapearam a leitura e o acesso a mídia no país. *Retratos da leitura no Brasil*[9], em sua terceira edição (2012), apontou que os brasileiros estão lendo menos: 88,2 milhões de leitores em relação aos 95,6 milhões identificados em 2007. No tópico que avalia *frequência e intensidade*, entre as razões apontadas para uma redução da atividade, o *interesse* representa 78%. Nesse âmbito, 50% informaram que leem pouco *devido à* falta de tempo; 14% não gostam de ler/

9. Promovida pelo Instituto Pró-Livro e aplicada em 2011. Disponível em: <http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/texto.asp?id=2834>. Acesso em: 5 jun. 2014.

acham desinteressante; 8% preferem outras atividades; 5% informam não ter paciência; e 1% admite ler apenas quando exigido. A *dificuldade* reúne 15% das repostas, que desdobram-se em limitações físicas (10%); ler muito devagar (2%), não ter concentração (2%), ter dificuldades de compreensão (1%). O *acesso* tem 4% de representatividade – livro caro (2%), não ter onde comprar (1%), não ter biblioteca próxima (1%), enquanto *não sabe* a razão compreende 3% dos entrevistados.

Se na edição anterior (levantamento feito em 2007), *ler* tinha 36% das respostas do que se gostava de fazer no tempo livre, a consulta de 2011 revelou um decréscimo para 28%. No tópico *preferência dos leitores*, entre os *materiais lidos*, as revistas aparecem com 53%, jornais com 48%, livros indicados pela escola 47% (30% didáticos, 17% literatura), 47% livros, 30% histórias em quadrinhos, 24% textos escolares, 23% textos na internet, 12% textos de trabalho, 11% livros técnicos, 4% livros digitais, 2% áudio livros.

Já a *Pesquisa Brasileira de Mídia*[10], em sua primeira edição (2014), traz informações acerca do uso que os brasileiros declaram fazer dos meios. Ver televisão consta como hábito de 97% dos entrevistados, seguido de 61% de escuta do rádio, 47% de acesso à internet, a leitura de impressos tem 25% dedicada a jornais e 15%

10. Promovida pela Presidência da República, Secretaria de Comunicação Social – SECOM e aplicada em 2013. Disponível em: < http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf> Acesso em: 5 jun. 2014.

a revistas. A manifestação da preferência de meios pelos consultados coloca a TV com 76,4%, a internet com 13,1%, o rádio com 7,9%, os jornais impressos com 1,5% e as revistas com 0,3% (outras respostas somam 0,8%).

O cenário é desafiador tanto para as práticas profissionais quanto para o ensino e a pesquisa na área da edição. Abrange relações cada vez mais complexas entre os âmbitos da produção e do consumo, que se estabelecem segundo especificidades locais e nacionais situadas em um horizonte de globalização. A intensidade de tais mudanças exige a problematização de princípios e valores associados aos artefatos portadores de texto.

Esses artefatos são, ao mesmo tempo, produto dos contextos culturais em que existem e agentes que nesses contextos produzem efeitos significativos, em uma relação onde pelo menos três termos se amarram: os artefatos, os usuários (tomados individualmente e em grupo) e os contextos culturais (entendendo cultural em um sentido muito amplo). Esse tripé nos leva a uma discussão da questão do letramento.

3. Letramento: tradição e rupturas

O conceito de letramento, inicialmente fundado e proposto no contexto da cultura impressa, ganha hoje novos contornos, com a cada vez mais frequente presença de discussões sobre o letramento digital. Serão delineados, a seguir, alguns dos aspectos mais importantes dessa discussão.

Letramento articula três elementos fundamentais: as letras e os textos, em suas diversas modalidades; os leitores e agentes humanos; e, finalmente, os contextos culturais nos quais os dois primeiros coexistem. É um conceito que deve dar conta da relação entre esses três termos, em suas diversas ancoragens históricas.

Pode-se pensar, assim, o caso do alfabeto, inventado na Grécia, nos inícios do primeiro milênio antes de Cristo, e que permitiu, ao longo de séculos, a relativa disseminação das letras para um número maior de pessoas, além do universo restrito dos escribas, configurando uma forma inicial de sociedade letrada. A praticidade da escrita alfabética, se comparada com as escritas anteriores, seria a grande responsável por essa maior presença das letras no âmbito da sociedade. A configuração grega de letramento abarca, por um lado, os textos e a escrita que os condiciona, o contexto cultural, e, como dito antes, os agentes humanos. A literatura especializada aponta para o surgimento, então, de uma nova forma de consciência e de um novo modo de pensamento: a consciência alfabética e o pensamento lógico-racional (HAVELOCK, 1996a, 1996b; ONG, 1998; GOODY & WATT, 2006).

A longa Idade Média, tão longa quanto heterogênea e diversificada, ainda que marcadamente oral, na esteira da decadência da cultura greco-romana antiga, vai abranger transformações importantes no universo dos textos que vão preparar os grandes processos de disseminação da leitura e da escrita que entrarão em marcha nos primórdios da era Moderna. Dentre essas transfor-

mações merecem destaque, a substituição dos livros em formato de rolo pelos códices (que, a rigor, precede a Idade Média); o lento desenvolvimento de sistemas de pontuação, que vão tornar mais claras a estruturação retórica e lógica dos textos, além de tornar mais factível a prática de leitura silenciosa; e a inserção progressiva e também vagarosa de elementos de orientação textual (títulos, subtítulos, índices, sumários, foliação, paginação etc). São processos que se iniciam antes ou durante a Idade Média e que se prolongam até depois do início da era Moderna e do marco que foi a invenção da prensa tipográfica. Inicialmente, esta é sobretudo uma invenção que toca apenas os modos de produção, na medida em que o livro impresso, ele próprio, permanece uma cópia fiel do livro manuscrito; é apenas no início do século XVI, dentre outras coisas em razão da competição comercial entre os editores, que o livro impresso começa a se diferenciar dos manuscritos, ganhando uma configuração própria, que é, basicamente, a que vigora até hoje (BARBIER, 2006, notadamente o capítulo 3).

Esses processos preparam a emergência do que será caracterizado por alguns autores como a Cultura Impressa (p. ex. EISENSTEIN, 1998), que seria correlata de uma nova configuração de letramento, característica das sociedades modernas. Mais uma vez, os desenvolvimentos são lentos e dificilmente datáveis com clareza e, além disso, vários novos elementos, mais tipicamente modernos, além dos antecedentes medievais indicados acima, devem ser acrescentados: a presença cada vez maior da escolaridade e da alfabetização em grande

escala; a chamada revolução industrial do livro – ligada a novas técnicas de impressão e produção de papel –; uma banalização de textos os mais variados – livros, mas igualmente jornais, periódicos, panfletos e outros –, sobretudo nos espaços citadinos, mas não apenas.

Esse letramento moderno, típico das sociedades ocidentais capitalistas, é, diferentemente do caso grego mencionado acima, um letramento de massas, de grandes números, com tiragens enormes e grande circulação de capital envolvida. Além disso, comporta uma pluralidade muito grande de textos, todos os gêneros incluídos. Jean-Yves Mollier (2009, passim) fala, a propósito desse *boom* editorial, de uma primeira cultura de massa.

O caso brasileiro deve ser pensado, no que toca a esses pontos, como muito específico (BARBOSA, 2013). As condições de letramento nacionais são, claro, muito diferentes das dos países europeus: considere-se, em primeiro lugar, que, quando chegaram os portugueses, o Brasil estava no que se pode chamar de Idade da Pedra (HALLEWELL, 2005); considere-se, ainda, a chegada tardia da prensa, apenas no século XIX, momento em que a Europa ingressa na revolução industrial do livro. Com tais diferenças em relação ao caminho tradicional seguido pelas sociedades europeias, é possível mesmo questionar a pertinência de uma noção como a de letramento para dar conta do caso do Brasil. Dificilmente podemos ser caracterizados como uma cultura letrada, ainda que não seja possível, do mesmo modo, sermos definidos como cultura oral: o Brasil é, desse ponto de vista, bastante híbrido e complexo, fazendo coexistir di-

ferentes regimes e modos de oralidade, de relação com textos e letras, etc. Além disso, deve ser levada em conta a presença maciça dos meios eletrônicos (rádio, televisão e, mais recentemente, os digitais, em suas diversas formas: telefones, computadores, tabletes, para citar apenas os mais comuns), como evidenciam as pesquisas citadas anteriormente.

Assim como os textos impressos coexistem, hoje, com os digitais, o letramento tradicional parece ter ao seu lado um novo letramento, o *digital*. O termo é usado para se referir aos efeitos da presença das chamadas novas tecnologias de informação e comunicação, podendo ser compreendido como um processo de domínio e aquisição de mestria no que toca ao uso das tecnologias digitais (processo singular e individual pelo qual passa cada usuário) e, ao mesmo tempo, um processo social amplo, de reconfiguração das condições culturais de agenciamento de textos, culturas e usuários humanos (processo social e transindividual).

Mais uma vez, o Brasil ocupa uma posição singular e deve ser pensado em sua especificidade: não se tem aqui um letramento impresso consolidado sobre o qual vem agir o letramento digital, mas antes uma mistura entre oralidade e letramento, que vai ser complexificada mais ainda pelo acrescentamento do letramento digital: a mistura sobre a mistura. Trata-se, é claro, de uma questão polêmica, que vem sendo discutida sob ângulos que ora consideram uma passagem em etapas, de uma cultura à outra, inclusive considerando que uma seja pré-requisito para a próxima; ora na forma de um

continuum menos segmentado; ora ainda como um processo multilinear, em que a sociedade se apropria de todas as linguagens e tecnologias, à medida em que elas surgem e são popularizadas.

Um ponto-chave em todas essas discussões de letramento é o da relação entre os leitores e os textos, a leitura. Ato aparentemente evidente, de tal modo naturalizado para cada leitor, o ler apresenta, contudo, grande variabilidade histórica, cultural e individual. Não se lê e não se leu sempre da mesma maneira, os modos de ler dependem dos contextos culturais mas dependem, também, das características singulares e idiossincráticas de cada leitor. As dificuldades de pesquisa desse ato incorporal que pode se dar sem deixar rastros tangíveis são grandes, o que não impediu e não impede que pesquisadores dos mais variados campos e abordagens tenham se aventurado em seu encalço. Assim, por um lado, estão bem documentadas as variações entre modalidades de leitura: oralizada, silenciosa, individual, coletiva. Por outro, diversas são as tentativas de se dar conta de modo de ler em contextos específicos: do par opositivo leitura intensiva/leitura extensiva às tentativas de compreender casos de leitores específicos em suas práticas (p. ex. GINZBURG, 1987; DARNTON in CHARTIER, 1996) um grande caminho foi percorrido.

O letramento digital coloca novos problemas e recoloca antigos, na medida em que as condições de distribuição, acesso e leitura, dentre outras, são modificadas e que os textos digitais viajam facilmente através

das redes e são, para os que dispõem da infraestrutura informática, facilmente acessíveis. Além disso, e esse aspecto é importante, esses textos podem mudar de formato em função do aparelho em que são lidos, o que não acontece no caso do impresso: o mesmo texto pode ter o tipo de caractere, diagramação, paginação etc alterados segundo seja lido em um computador, em um celular, em um *tablet*, em um leitor de livros eletrônicos. Considerando que o aspecto material é importante elemento na produção de sentido no ato de leitura (McKENZIE, 2002), essas mudanças não são sem consequências, especialmente para a produção editorial.

Um tema constante nas discussões sobre o letramento digital é o dos novos modos de leitura que supostamente teriam sido tornados possíveis pelas tecnologias mais recentes, notadamente em torno da ideia de leitura não linear. O argumento de base é que os textos impressos (seguindo a tradição dos manuscritos), sendo eles próprios textos linearmente estruturados, favoreceriam um tipo de leitura linear e sequencial. As novas tecnologias, por seu turno, na medida em que comportam hipertextos, ensejariam leituras não lineares, rompendo com a tradição racional, lógica e sequencial ligada ao impresso. O letramento digital seria, portanto, o espaço de uma nova liberdade para o leitor, que não mais se encontraria limitado pela coerção da linearidade do impresso (p. ex. SIMÕES, 2008, parte III).

Essa discussão, sendo bastante relevante, deve ser contudo refinada, levando em conta a existência tanto de leituras não lineares no manuscrito e no impresso,

quanto a de leituras lineares no digital, o que faz emergir, com clareza, uma abordagem da leitura, ela própria e seus processos mais primevos, como não linear e multirreferencial, por definição, inclusive independentemente do suporte em que se dá. Tal abordagem ganha força, uma vez que já existia, em resposta a compreensões muito sincrônicas dos processos de leitura em relação a novidades tecnológicas que mais encantam do que, propriamente, mudam aspectos do ler.

Nota-se assim, a necessidade de um cuidado metodológico e teórico extremo na utilização de grandes categorias como cultura impressa, cultura digital, letramento e letramento digital. Estas, desenhando uma oposição entre tipos de letramento ou de culturas, tendem a privilegiar a ideia de ruptura, corte, revolução e obscurecer o fato de que sob as rupturas históricas há continuidades e permanências importantes. Tome-se o exemplo da invenção da prensa: a rompimento evidente no modo de produção que se opera com a invenção da prensa convive com uma longa permanência de fundo que é a do formato códice, que, tendo se popularizado nos primeiros séculos da era cristã, ainda vigora forte até hoje. É necessário, portanto, considerar ao mesmo tempo os cortes que se operam e as permanências que os envolvem. Esse princípio deve nortear as investigações sobre todos os efeitos das tecnologias digitais sobre o campo da produção editorial como um todo em suas diversas facetas.

4. Considerações finais

Ao traçamos um panorama do campo da produção editorial em geral, pontuamos também a história do GP em particular, contemplando uma breve abordagem acerca da diversidade de produtos editoriais, bem como da noção de letramento como articuladora das dimensões materiais, humanas e culturais dos elementos que perpassam o universo da edição. Tal percurso, se indica por um lado um caminho trilhado, é antes de tudo um apontamento para o futuro.

A trajetória percorrida é longa: remete, se quisermos ir bem longe, para a invenção das primeiras formas de escritas há mais de cinco mil e quinhentos anos e atravessa toda história humana. O futuro, por seu turno, comporta uma série de desafios e questões ligadas às grandes mutações comunicacionais, tecnológicas e socioculturais que estamos atravessando. Estas são especialmente importantes para o campo da produção editorial, na medida em que afetam a natureza, a produção, a circulação e o consumo de objetos que, em diversos níveis, usufruíam de certa estabilidade.

O formato tradicional dos livros, produtos editoriais por excelência, o códice, é problematizado pelos diferentes suportes digitais: os textos exibidos em telas de computador são, nesse sentido, uma curiosa mistura de códice e rolo. A produção é afetada tanto em sua dimensão individual – a do escritor que escreve em um computador e não mais em papel, por exemplo –, quanto na dimensão coletiva do trabalho dos diversos profissionais

envolvidos na edição de textos. A distribuição, agora possível em arquivos informáticos, é igualmente transformada (tanto a distribuição legal quanto a pirata), o mesmo valendo para o consumo e leitura.

Nesse cenário de grandes transformações, a produção editorial, mais do que se ocupar da tão discutida morte do livro – tema em voga e de possível apelo para o público da grande mídia –, deve tratar sobretudo das novas condições comerciais, tecnológicas e culturais para a produção, difusão e consumo de textos. Como vimos, estas não implicam em um desaparecimento súbito do passado e no surgimento *ex machina* de um novo tempo, mas são compostas também do que existia anteriormente em agenciamentos cujo mapeamento é essencial.

Morto diversas vezes (como rolo, como manuscrito), o livro insiste em retornar em novos formatos (impresso, digital), sendo artefato exemplar das dinâmicas do campo da edição. Estando muito longe de um fim, hoje, mais do que nunca, há muito trabalho a ser feito no campo da produção editorial, tanto em sua prática profissional, quanto em suas discussões teóricas e metodológicas.

Referências

BARBIER, Frédéric. **Histoire du Livre**. Paris: Armand Colin, 2006.

BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

BRAGANÇA, Aníbal. Uma introdução à história editorial brasileira. **Cultura, Revista de História e Teoria das Ideias**, v. XIV, II série, Centro de História da Cultura da Universidade Nova de Lisboa (Portugal), p. 57-83, 2002.

BRAGANÇA, Aníbal. **Memorial do Núcleo de Pesquisa Produção Editorial**. 2010. Disponível em: < http://migre.me/kKnr6 > Acesso em: 30 jun. 2014.

DARNTON, Robert. **A leitura rousseauista e um leitor "comum" no século XVIII**. In: CHARTIER, Roger (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. Em queda livre? A economia do livro no Brasil (1995-2006). In: BRAGANÇA, Aníbal e ABREU, Márcia (Org). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

EISENSTEIN, Elizabeth L. **A Revolução da Cultura Impressa** – os primórdios da Europa Moderna. São Paulo: Ática, 1998.

RETRATOS DA LEITURA NO BRASIL 3. [Organizadora Zoara Failla]. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Instituto Pró-Livro, 2012.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**. O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOODY, Jack & WATT, Ian. **As consequências do letramento**. São Paulo: Paulistana, 2006.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: Sua História. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

HAVELOCK, Eric A. **A musa aprende a escrever** – Reflexões sobre a oralidade e a literacia da Antiguidade ao presente. Lisboa: Gradiva, 1996a.

HAVELOCK, Eric. **Prefácio a Platão**. Campinas: Papirus, 1996b.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTINS, Jorge. Profissões do livro. Editores e gráficos, críticos e livreiros. Lisboa: Verbo, 2005.

McKENZIE, Donald F. Typography and Meaning: The Case of William Congreve. In: MCDONALD, Peter D.; SUAREZ, Michael F. (org.) **Making Meaning: "Printers of the Mind" and Other Essays**. Boston: University of Massachusetts Press, 2002, pp. 198-236.

MOLLIER, Jean-Yves. **La lectura en Francia durante el siglo XIX**, 1789-1914. México: Instituto Mora, 2009.

MOUILLAUD, M. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. (org.) **O jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Editora UnB, 2012, pp. 29-35.

ONG, Walter. **Oralidade e Cultura Escrita**: a tecnologização da palavra. São Paulo: Papirus, 1998.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

SALAVERRÍA ALIAGA, R.; AVILÉS, J. A. G.; MASIP, P. Concepto de convergencia periodística. In: GARCÍA, X. L.; FARIÑA, X. P. (org.) **Convergência Digital***:* Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. pp. 41–64.

SIMÕES, Marco Antonio. **História da leitura**: do papiro ao papel digital. São Paulo: Terceira Margem, 2008.

4ª Parte

Mídia, Cultura e Tecnologias: Comunicação, Comunidades e Espaço

Capítulo 17

Itinerários da pesquisa em comunicação para o desenvolvimento local no Brasil

Maria Salett Tauk Santos[1]
Angelo Brás Fernandes Callou[2]

1. Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professora Associada IV da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex). Ex-coordenadora do GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom. Autora, entre outras, das seguintes obras: Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares; Associativismo e Desenvolvimento Local; e Comunicação e Informação: identidades e fronteiras.

2. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professor titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Professor do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex). Coordenador do GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom. Autor, entre outras, das seguintes obras: Extensão Rural Polissemia e Memória; Comunicação Rural e o Novo Espaço Agrário; e Movimentos Sociais na Pesca.

Introdução

A comunicação para o desenvolvimento, voltada em sua origem aos contextos rurais brasileiros, esteve historicamente atrelada às políticas públicas do Estado. A preocupação fundamental dessas políticas era a de tirar as populações rurais de um estágio considerado "atrasado", do ponto de vista do desenvolvimento, para um estágio de modernização tecnológica da agricultura. O papel da comunicação nesse processo era o de induzir o desenvolvimento via modernização dos contextos rurais. A crítica teórica a esse modelo (FREIRE, 1979; BELTRÁN, 1981; BORDENAVE, 1978) não foi suficiente para sedimentar uma comunicação para o desenvolvimento capaz de enfrentar as transformações operadas pelos processos de globalização e suas implicações no desenvolvimento local.

No Brasil, a noção de comunicação para o desenvolvimento local surge nos anos 1990, a partir das interações acadêmicas entre pesquisadores da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e da Universidade de Sherbrooke, no Canadá. O esforço teórico dos pesquisadores da UFRPE foi no sentido de aproximar o desenvolvimento local, enquanto processo de aproveitamento sustentável das potencialidades econômicas locais, dos contextos populares rurais brasileiros desfavorecidos. A comunicação neste âmbito torna-se, portanto, um instrumento viabilizador de um fórum local, com a capacidade de definir e gerar localmente políticas de desenvolvimento e de construção da cidadania (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995).

Nessa perspectiva, foram criados o Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) na UFRPE, em 2004, e, em 2009, o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). O objetivo deste trabalho é analisar a comunicação para o desenvolvimento, traçando uma trajetória, desde a criação desse campo de estudo, até as transformações contemporâneas das primeiras décadas do século XXI.

Para traçar os itinerários atuais, vamos considerar os 10 anos de existência do Posmex e os cinco anos de funcionamento do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local (GP). A análise contempla sete categorias elaboradas a partir dos temas abordados nas dissertações do Posmex, no período 2005-2014, e nos trabalhos apresentados no GP, entre 2009 e 2014. Os temas são: *Extensão Rural, Extensão Pesqueira, Ruralidades*; *Mídias no Desenvolvimento Local e Regional*; *Culturas Populares Contemporâneas*; *Políticas Públicas e Comunicação para o Desenvolvimento*; *Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e Cibercultura*; *Comunicação e Juventude*; e *Sustentabilidade Ambiental no Desenvolvimento Local e Regional.*

Para compreender as mudanças nas pesquisas no campo da comunicação para o desenvolvimento local nessas primeiras décadas do século XXI, é necessário analisar as transformações que engendraram o cenário contemporâneo: o avanço das tecnologias da informação e comunicação, as novas concepções sobre o território

rural, o debate sobre a sustentabilidade ambiental, e a concepção atual de desenvolvimento voltada para o local. Antes, porém, faremos uma breve retrospectiva da comunicação para o desenvolvimento, dentro do modelo desenvolvimentista. Marco dos estudos nesse campo da comunicação.

1. Comunicação para o desenvolvimento no modelo desenvolvimentista

O modelo de comunicação para o desenvolvimento no Brasil surge a partir da década de 1940, com a criação dos serviços de Extensão Rural pelo Governo brasileiro. O Estado, objetivando viabilizar a política modernizadora no campo, importa o modelo difusionista de Wisconsin e Michigan, contando com o apoio de organizações internacionais, como a Fundação Ford, a Fundação Rockfeller, a Fundação Kellogg, entre outras (TAUK SANTOS, 1994).

Através de um sistema organizacional articulado em todo o território nacional, capitaneado pela Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (Abcar) – depois Empresa Brasileira de Crédito e Assistência Técnica e Extensão Rural (Embrater) –, o Governo cria um sistema de Comunicação Rural, segundo os preceitos do manual Planejamento do Trabalho em Extensão Agrícola, de Willy Timmer (1954), que recomendava "persuadir as populações rurais a aceitar a nossa propaganda."

Referia-se às informações tecnológicas que a gente, ocupada em atividades agrícolas, deveria incorporar para que as mudanças sociais acontecessem na direção pretendida: a modernização do campo (TAUK SANTOS, 2000).

Nesse modelo de desenvolvimento induzido, a comunicação aparece como a viabilizadora das políticas modernizadoras do Estado, que incorpora a tarefa de promotor e provedor do desenvolvimento nacional. A influência do modelo difusionista modernizador, na comunicação para o desenvolvimento no ensino técnico e na pesquisa acadêmica, acha-se refletida, à época, nos livros publicados no Brasil voltados para a difusão de inovações, como *Comunicação das Novas Ideias*, organizado por Gordon Whiting e Lytton Guimarães (1969); *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento*, lançado em 1971, pelo professor José Marques de Melo; e a obra *Comunicação, Modernização e Difusão de Inovações no Brasil*, organizada igualmente pelo pesquisador José Marques de Melo, em 1976. Esta última é emblemática da abordagem teórica da difusão de inovações no Brasil, como assinala Callou (1999), pois ajudou, juntamente com os cursos de mestrado em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria (RS), da Universidade Federal de Viçosa (MG), e o curso de Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural, da Universidade Federal Rural de Pernambuco, a construir e consolidar a perspectiva de difusão de inovações na Comunicação Rural no país. Tendência que se irradia para os cursos de graduação das Ciências Agrárias e da Comunicação.

A principal crítica ao modelo difusionista vem de Paulo Freire (1979, p. 23) no seu livro *Extensão ou Comunicação?* Retrucando a postura persuasiva, subjacente ao modelo difusionista estatal, ele afirma: "a nós não é possível persuadir a aceitarmos a persuasão como ação educativa... nem aos camponeses, nem a ninguém se persuade ou se submete à força mítica da propaganda, quando se tem uma opção libertadora."

A proposta de Freire, consolidada na Comunicação Rural na década de 1970, através dos estudos de Juan Díaz Bordenave (1978), Horácio Martins (1980), João Bosco Pinto (1978), entre outros, fundamenta-se, segundo o próprio Freire (1979), numa "opção libertadora," cujo sentido é a problematização da situação concreta, objetiva, real dos homens para que esses homens, captando a sua realidade de maneira crítica, sejam capazes de atuar sobre essa realidade para transformá-la.

É importante assinalar a perspectiva revolucionária na proposta de Paulo Freire, que vinha ao encontro da América Latina dos anos 1970: um continente oprimido pelas ditaduras militares, pelo imperialismo econômico e cultural e pela opressão vivida pelos operários e camponeses nas mãos das elites econômicas do país.

Duas correntes teóricas distintas, portanto, norteiam a trajetória dos estudos e das práticas da comunicação para o desenvolvimento nessa fase: o difusionismo modernizador, consolidado desde a década de 1960, constituído pelos postulados teóricos funcionalistas de David Berlo, Everett Rogers, Wilbur Schramm, Daniel Lerner, entre outros (TAUK SANTOS, 1994); e a corrente

da Comunicação Rural participativa, fundamentada na interpretação estrutural marxista do belga Armand Mattelart (1976), voltada para o estudo da dominação ideológica-imperialista exercida pelos meios de comunicação de massa, e a proposta contida na pedagogia de Paulo Freire, voltada para a participação popular (TAUK SANTOS, 2000).

Os anos 1980 foram fundamentais para engendrar o cenário empírico e teórico em que se move hoje a comunicação para o desenvolvimento. Na prática, a flexibilização dos regimes autoritários, com a queda das ditaduras na América Latina, particularmente no Brasil, faz com que o Estado brasileiro incorpore o discurso freiriano da participação popular na Comunicação (TAUK SANTOS, 1994). É importante salientar, que essa postura não representou uma ruptura com o modelo difusionista modernizador, entretanto é visível o esforço e mobilização de professores e pesquisadores no sentido de alinhar a comunicação para o desenvolvimento à perspectiva de uma comunicação dialógica e participativa. Destaca-se a influência freiriana nos trabalhos de Luis Ramiro Beltrán (1981), Juan Díaz Bordenave (1978) e João Bosco Pinto (1978).

No esforço de aproximar a Comunicação para o desenvolvimento das abordagens teóricas contemporâneas, ressalte-se o papel da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), que sempre constitui um importante espaço para o debate de novas ideias para o ensino e a pesquisa nesse campo. Assim, a Intercom elegeu a Comunicação Rural como

tema de seminários, no âmbito de congressos nacionais, como tema central de seu congresso anual; a criação em 1988 do GT Comunicação Rural e, mais recentemente, em 2009, criou o GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local.

Tais espaços possibilitaram que circulasse, numa esfera nacional, o que acontecia de inovador na comunicação para o desenvolvimento, no espaço das escolas e nos programas de pós-graduação. É nessa perspectiva que são incorporados temas emergentes, como a ecologia, a participação popular, os estudos de recepção na perspectiva dos estudos culturais, as tecnologias da informação e comunicação, entre outros. Alguns desses temas foram publicados em livros pela Intercom, como *Estudos de Comunicação Rural* (1988), organizado por Miguel Ângelo da Silveira e João Carlos Canuto, *Comunicação Rural, Discurso e Prática* (1993), organizado por Geraldo Magela Braga e Margarida Krohling Kunsch; *Comunicação Rural e o Novo Espaço Agrário* (1999), organizado por Angelo Brás Fernandes Callou; e *Comunicação Rural, Tecnologia e Desenvolvimento Local* (2002), também organizado pelo mesmo autor.

As mudanças que engendraram os novos sentidos do desenvolvimento nos anos 1990 têm na globalização um dos seus principais referentes. A globalidade, como assinala Thornton (2006), inclui muitas dimensões, como a tecnológica, a econômica, cultural, político-institucional e ambiental, que tem como referente político o modelo democrático, e no domínio econômico, a ideologia capitalista. Trata-se de um movimento de integração cul-

tural econômico, como assinala M. Sili apud Thornton (2006, p. 31), provocado pela revolução tecnológica das comunicações e transportes, a consolidação do capitalismo e o ajuste estrutural sobre os sistemas econômicos em escala global. Os sistemas econômicos centraram-se na liberalização da economia, na desregulamentação dos mercados, na redução do Estado, na confiança do papel dos mercados como avaliadores de recursos e na crença de que o crescimento econômico garantiria necessariamente seus benefícios ao conjunto da sociedade (THORNTON, 2006).

As ideias neoliberais encontraram na América Latina dos anos 1990 e particularmente no Brasil, recém-saídos de regimes ditatoriais, um terreno fértil para os argumentos sobre a necessidade de recuo do Estado das atividades essenciais, por ser considerado assistencialista e pouco eficaz na gestão de questões propulsoras de desenvolvimento.

As políticas de Estado no Brasil aderiram, portanto, como assinala Thornton (2006, p. 32), às orientações neoliberais de "desregulação dos mercados de trabalho e financeiro, privatização da política salarial, transferência ao setor privado da titularidade do patrimônio público, procurando ser bom pagador da dívida pública."

O novo papel do Estado no desenvolvimento, como assinala Boaventura de Sousa Santos (2002, p. 37-38), passa

> de um modelo de regulação social e econômica assente no papel central do Estado para um

> outro assente em parcerias e outras formas de associação entre organizações governamentais e não governamentais, nas quais o aparelho de Estado tem apenas tarefas de coordenação, *primus inter* pares.

Assim, o processo de descentralização do Estado traz para a agenda das políticas estatais a busca de parcerias e um maior envolvimento da sociedade civil no controle das ações governamentais. É nesse sentido que são criados o Programa de Combate à Miséria e à Fome (PCMF 1993), e o Programa Comunidade Solidária, em 1996, cuja proposta era dar continuidade ao PCMF, voltado às ações de articular, coordenar e potencializar as iniciativas dos Governos federal, estadual e municipal no combate à pobreza (DRAIBE apud CALLOU; TAUK SANTOS, 2008).

Dentro desse mesmo espírito de parceria, o Estado mobiliza a sociedade civil para participar da gestão de Governo, com a criação dos conselhos municipais de desenvolvimento, com a função de planejar e fiscalizar a aplicação dos recursos financeiros, repassados pelos Governos federal e estadual, para implementação de políticas públicas municipais. Criam-se igualmente programas voltados ao desenvolvimento rural, cuja operacionalização requer a participação das comunidades envolvidas, como o Programa de Crédito para Reforma Agrária (Procera), e o Programa de Apoio à Agricultura Familiar (Pronaf), entre outros (DRAIBE apud CALLOU; TAUK SANTOS, 2008). No afã de combater

a pobreza rural, a política de comunicação do estado neoliberal descentralizador se constrói pela mobilização para a participação em contextos sociais pobres e excluídos do meio rural, pautada no incentivo ao associativismo, à participação comunitária, nos conselhos de desenvolvimento municipal (CALLOU; TAUK SANTOS, 2008).

Nesse cenário, o ensino da comunicação para o desenvolvimento rural volta-se à formação para a construção da participação e para o fortalecimento das organizações em contextos populares. O argumento das políticas públicas governamentais e não governamentais defende a construção da gestão participativa no âmbito municipal. As estratégias de comunicação são erigidas para viabilizar ações, como promover o empoderamento das associações populares, compreendido como ação que possibilita às associações melhorarem a capacidade individual e coletiva para atuar no cenário público; fortalecer as lideranças municipais; articular parcerias com organizações governamentais, não governamentais e população local; além de viabilizar ações permanentes de capacitação e assistência técnica para a população dos contextos rurais envolvidos no processo de desenvolvimento (CALLOU; TAUK SANTOS, 2006).

Feito o balanço do desenvolvimento do Estado neoliberal, os anos 1990 foram considerados a década da exclusão, manifesta pelo aumento da pobreza rural e pela precariedade de acesso da população pobre do campo, entre outros, à terra, à moradia, à educação, à comunicação (TAMOYO apud THORNTON, 2006). No que

se refere à comunicação para o desenvolvimento rural, tanto o modelo governamental, preocupado em transformar as comunidades rurais locais no sentido de conectá-las a um modelo de desenvolvimento mais global, quanto o modelo praticado pelas ONGs, voltado a incrementar a participação local para enfrentar os efeitos do modelo governamental neoliberal, não foram capazes de sedimentar uma proposta de desenvolvimento local. Um modelo que garantisse, além de espaço de democratização política, instrumentos que promovessem uma racionalidade econômica produtiva apoiada em possibilidades locais (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995).

2. As tecnologias da informação e comunicação

A crise operada pela tecnologia, pelo aceleramento dos processos de globalização da economia, as políticas neoliberais e suas consequências, como a crise do desemprego e do Estado- providência e dos efeitos desastrosos do modelo modernizador sobre o meio ambiente colocaram, como assinala Tauk Santos (2002), novos desafios ao desenvolvimento rural.

As primeiras aproximações do pensamento comunicacional para o desenvolvimento com as novas tecnologias da informação e comunicação se iniciaram em meados dos anos 1990, com a criação do projeto de pesquisa *Comunicação Rural e Era tecnológica*, no âmbito da pós-graduação da Universidade Federal Rural de Pernam-

buco (UFRPE), influenciado pelos estudos desenvolvidos pelo grupo de pesquisa Nova teoria da Comunicação (NTC), coordenado pelo Prof. Ciro Marcondes Filho, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CALLOU, 2014). O que esse projeto pretendia, em última instância, era estudar os impactos da TICs no cotidiano das populações rurais. Tal perspectiva, por seu turno, influenciou a produção científica no âmbito da Intercom, particularmente no Grupo de Trabalho Comunicação Rural, 1994-2000 (CALLOU, 1998; 2002), e representou o ponto de partida para a abordagem da Comunicação para o Desenvolvimento incorporando temas como a inclusão digital, cibercultura e convergência midiática (TALK SANTOS, 2009; CALLOU; TALK SANTOS, 2014). Essa vertente virá assumir uma importância materializada, principalmente, com a criação do Grupo de Trabalho em Comuniciacíon, Tecnolgía, Desarrollo da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) (CIMADEVILLA, 2002, 2004, 2008), com a criação do Posmex e, mais recentemente, com a criação do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom.

A nova abordagem de Comunicação para o Desenvolvimento incorpora ainda as concepções contemporâneas sobre o espaço rural, que combinam atividades agrícolas e não agrícolas num mesmo território agrário, as noções de sustentabilidade e de desenvolvimento local.

3. O novo rural

O debate sobre o novo rural no Brasil contemporâneo tem dois aspectos fundamentais: um associado a uma nova compreensão do território rural e outro que refere as novas atividades e os novos modos de vida. Para Eli da Veiga (2012), o Brasil essencialmente rural é formado por 80% dos municípios brasileiros que abrigam 30% dos habitantes, utilizando critérios do número de habitantes combinado com a densidade demográfica. O autor considera que só existem cidades de 455 municípios do Brasil urbano. O Brasil rural é composto de 4.485 municípios formados por vilarejos e vilas. Outro dado relevante que configura a importância do rural brasileiro contemporâneo é o fato de ter ocorrido um aumento populacional de 31,3% em um quarto desses municípios. Na avaliação de Eli da Veiga (2012, p. 36), isto é suficiente "para que se rompa com a visão de que o Brasil rural é formado por municípios que estão se esvaziando." Para o autor, a importância dessas constatações é compreender que o futuro desse Brasil rural depende de articulações capazes de diagnosticar as vocações do território e formular um plano de desenvolvimento microrregional, com apoio das esferas governamentais, no sentido de construir o desenvolvimento sustentável do Brasil rural (VEIGA, 2012).

O segundo aspecto se refere às atividades produtivas e ao modo de vida das populações rurais. A mundialização da cultura massiva, respaldada pela tecnologia, tem cada vez mais homogeneizado a forma de as populações

rurais darem sentido às suas vidas no trabalho, como no lazer, na saúde, na educação, e até na fé, através do consumo (TAUK SANTOS, 2002).

O forte processo de urbanização a que está submetido o espaço rural suscita a necessidade de ampliar, como enfatiza José Graziano (1993, p. 11), o rural

> para além das atividades produtivas tradicionais (tais como culturas e criação de animais) e incluir no espaço agrário a produção de serviços (tais como lazer, turismo, preservação do ambiente, etc.) e de bens não agrícolas, como, por exemplo, moradia e artesanato, incluindo aí também as formas modernas de trabalho em domicílio.

4. Sustentabilidade ambiental

O debate sobre sustentabilidade no desenvolvimento tem suas origens na Conferência de Estocolmo, realizada em 1972, cujos princípios são reforçados pela ECO 1992 realizada na cidade do Rio de Janeiro, culminando com a proposta de uma economia verde, que gerou uma grande polêmica por ocasião da realização da Conferência Rio+20, em junho de 2012, no Rio de Janeiro.

Um marco inicial importante nesse debate foi o relatório da Comissão Bruntland (1987), que concebe a sustentabilidade como um processo no qual a exploração e os usos dos recursos, o desenvolvimento tecnológico

e a mudança institucional estejam em harmonia com o meio ambiente e satisfaçam de forma equitativa as necessidades das gerações presentes, sem comprometer as possibilidades das gerações futuras.

Ao incorporar a noção de sustentabilidade, o desenvolvimento passa a compatibilizar, como assinala Thornton (2006), dois novos conceitos: a saúde do meio ambiente e o respeito às igualdades intrageracionais e intergeracionais. O autor resume o desenvolvimento sustentável numa dialética combinatória do desenvolvimento ambiental – conservação do meio ambiente e dos recursos naturais, promovendo atividades produtivas orientadas para a qualidade de vida – com o desenvolvimento social, compatível com os valores culturais, voltado à redução da pobreza e à construção de um mundo mais humano.

5. Desenvolvimento local

A construção de um paradigma de desenvolvimento mundial está associada ao aceleramento do processo de globalização, cuja ação, segundo Sérgio Buarque (2002, p. 25), inclui integração econômica, formação de blocos regionais e de grandes redes empresariais que atuam em escala global. Paradoxalmente, afirma o autor, "nunca foi tão forte a preocupação com o desenvolvimento local e a descentralização econômica, social e política, e tão visíveis os movimentos localizados e endógenos de mudança e desenvolvimento."

Nessa perspectiva, o desenvolvimento local se materializa no acesso das pessoas, não apenas à renda, mas também ao conhecimento e à proximidade de instâncias de poder e governos, dando-lhes instrumental necessário para influenciar as decisões político/administrativas em suas comunidades (FRANCO, 2000). Pois, como assinala este autor, não basta crescer economicamente, é preciso garantir o acesso das pessoas, não apenas à renda, mas à riqueza, ao conhecimento e à capacidade de influir nas decisões públicas. Para Franco (2002), o desenvolvimento local constitui uma estratégia que favorece a conquista da sustentabilidade, na medida em que conduz à construção de comunidades sustentáveis. Processo este que favorece, como ressalta Jara (2001), a participação dos atores locais na construção de uma nova cidadania, que inclui o bem-estar econômico, a preservação ambiental, a equidade social, a identidade cultural e o atendimento das necessidades humanas básicas.

O desenvolvimento local entendido como um "processo endógeno de mudança que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e grupamentos humanos" (BUARQUE, 2002, p.25). Além disso, o desenvolvimento local requer mudanças institucionais no sentido de aperfeiçoar a governança das instituições públicas locais que possibilitem investimentos sociais estratégicos para a localidade. A construção do desenvolvimento local sustentável exige, portanto, como assinala Buarque, a combinação de três condições essenciais: a qualidade de vida da população local, redução da po-

breza, geração e distribuição da riqueza; a eficiência econômica, agregando valor à cadeia produtiva; e a gestão pública eficiente. A combinação desses fatores, como ressalta o autor, deve ser mediada pela "governança – transbordando da base econômica para as finanças e os investimentos públicos; pela organização da sociedade, orientando as políticas e os investimentos públicos; e pela distribuição de ativos sociais, assegurando a internalização da riqueza e os desdobramentos sociais da economia" (BUARQUE, 2002, p. 27).

As críticas em torno dessas concepções de desenvolvimento local vêm sendo formuladas, destacando-se Oliveira (2001) e Bava (2003). Oliveira (2001) afirma que o conceito comumente atribuído ao desenvolvimento local é insuficiente, na medida em que parece omitir o caráter conflituoso do processo de desenvolvimento, ao considerar a dinâmica social como um todo homogêneo. Para este autor, "O desafio do desenvolvimento local é dar conta dessa complexidade e não voltar as costas para ela" (OLIVEIRA, 2001, p. 1-2). Entretanto, apesar de observar a pertinência dessas críticas, há que se considerar que a teoria e as práticas do desenvolvimento local são processos ainda em construção.

6. O papel da comunicação no desenvolvimento local

A nova concepção do desenvolvimento local e sustentável, combinada ao avanço tecnológico materializa-

do nos atributos de mobilidade, portabilidade e acessibilidade dos dispositivos digitais, vem consolidando novas sociabilidades, novas sensibilidades, novas formas de ação política que não mantêm mais uma sintonia com as questões do desenvolvimento de épocas passadas. Isso coloca desafios sem paralelo à comunicação para o desenvolvimento.

Abramovay (2012) faz algumas reflexões úteis para observar o quanto as questões do desenvolvimento sustentável e as tecnologias da informação e comunicação acham-se imbricadas na perspectiva de mudar a face do mundo contemporâneo, chamando a atenção para a necessidade de um desenvolvimento sustentável que incorpore "a partilha e a distribuição dos recursos" (ABRAMOVAY, 2012).

Na nova proposta de construção do desenvolvimento local e sustentável, a comunicação tem um novo e fundamental papel para garantir ações, como mobilizar as populações para o aproveitamento dos recursos e energias endógenas; ampliar a capacidade de autogestão das populações envolvidas nos processos de desenvolvimento; estimular a participação das populações nas instâncias de representação política, como os conselhos municipais e redes sociais; garantir a oportunidade para que os projetos de desenvolvimento sejam resultado das aspirações das pessoas envolvidas; estabelecer parcerias entre organizações governamentais, não governamentais e populações locais; e, sobretudo, mobilizar as populações no sentido de garantir a sustentabilidade econômica, ambiental e social das ações do desenvolvimento.

7. A criação do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local

O Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da UFRPE foi criado em 2004, atento ao impulso significativo que tomou a comunicação para o desenvolvimento na última década, motivado pelas transformações suscitadas pela globalização da economia e da cultura e, sobretudo, pelas demandas da sociedade civil, materializadas no enfrentamento da pobreza e das novas formas de exclusão social nos contextos populares.

Assim, o programa volta-se ao ensino e à produção de conhecimentos capazes de viabilizar os processos de comunicação que atendam às demandas de inclusão social, como as questões ecológicas; de construção da cidadania; da gestão participativa municipal; da sustentabilidade ambiental nos territórios rurais; das novas ruralidades; das questões de gênero e das juventudes; das comunidades tradicionais contemporâneas, como agricultores familiares, pescadores artesanais, indígenas e quilombolas; da economia solidária; da segurança alimentar; do associativismo e cooperativismo; e da inclusão digital dos contextos populares.

Nos dez anos de sua existência, o Posmex produziu 112 dissertações nas suas duas linhas de pesquisa: Políticas e Estratégias de Comunicação para o Desenvolvimento Local e Extensão Rural para o Desenvolvimento Local. No que diz respeito especificamente à comunicação para o desenvolvimento, o Posmex produziu 47 dissertações (Gráfico 1) que, distribuídas, segundo os

temas aqui estabelecidos, resultaram em 26% no tema *Mídias no Desenvolvimento Local e Regional*, que abriga estudos envolvendo jornais impressos, televisão, rádio comunitária, revistas e mídias sociais (*facebook*, *site* de jornais, *blogs*), no âmbito das organizações governamentais e não governamentais, que se ocupam do desenvolvimento local.

No tema *Culturas Populares Contemporâneas*, 23% dos trabalhos produzidos pelo Posmex contemplam das culturas populares da folkcomunicação às culturas populares contemporâneas. As abordagens incluem, principalmente, os estudos de recepção na perspectiva dos estudos culturais latino-americanos; as hibridizações culturais do massivo e do popular; e as apropriações políticas governamentais e não governamentais de desenvolvimento pelas populações rurais e pesqueiras socialmente desfavorecidas, além dos estudos envolvendo as manifestações artísticas das culturas tradicionais e o *folkmarketing*.

Políticas Públicas e Comunicação para o Desenvolvimento representa 23% do conjunto dos temas que aparecem nas dissertações analisadas. Neste tema, estão incluídos trabalhos sobre a cultura de folk, economia criativa, além de avaliações de políticas públicas para o desenvolvimento local em territórios quilombolas, associativismo e cooperativismo agropecuário, abordando desde as estratégias de comunicação para mobilização, até a sustentabilidade econômica de agricultores familiares diante dos mercados globalizados.

O tema *Comunicação e Juventude* aparece com 13% do total das dissertações e envolve questões, como formação para o trabalho com mídias (rádio e vídeo), gênero, edu-

cação do campo, recepção de programas governamentais por jovens do meio rural, apropriações da agricultura de base agroecológica por agricultores familiares e avaliações de políticas públicas para a juventude rural.

Turismo rural, artesanato, medicina popular, alfabetização de pescadores, participação em conselhos municipais de desenvolvimento são, entre outros segmentos contemplados pelo tema *Extensão Rural, Extensão Pesqueira e Ruralidades,* categorias em que estão inseridas 11% das dissertações.

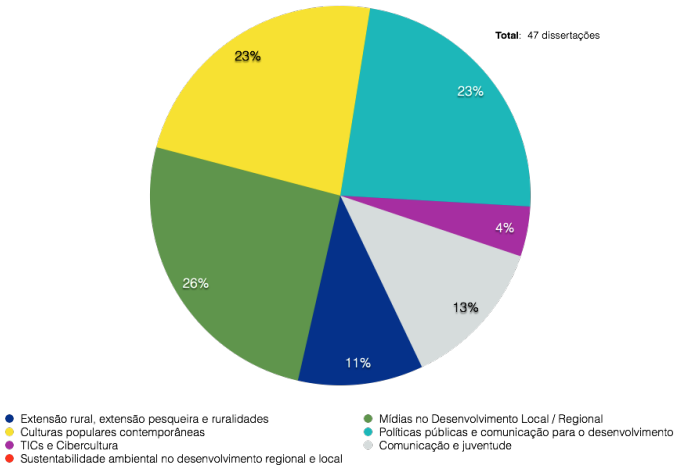
A preocupação do Posmex nas abordagens da Extensão Rural e Pesqueira é no sentido de desconstruir os discursos atuais das políticas governamentais que, sob o pretexto do desenvolvimento local, reiteram, em muitos casos, os velhos modelos de desenvolvimento pautados na modernização tecnológica da agricultura e da pesca. No Posmex, são contempladas as novas ruralidades contemporâneas que compreendem as interações do agrícola e o não agrícola nos processos de desenvolvimento rural. Verifica-se, ainda, nessas dissertações, a preocupação em incorporar a noção de desenvolvimento local enquanto terreno de conflito social para além da noção de concertação defendida por alguns autores brasileiros e latino-americanos.

Finalmente, o tema *Tecnologias da Informação e Comunicação e Cibercultura* aparece de maneira tímida nas dissertações do Posmex (4%), embora esse campo de pesquisa constitua uma preocupação antiga de alguns pesquisadores. A razão para a existência de poucos trabalhos de dissertação, abordando o assunto, deve-se ao fato de que só recentemente vem crescendo o acesso das populações rurais a essas tecnologias, graças, principal-

mente, às políticas governamentais de inclusão digital. Escolas públicas, criação de telecentros, programas de Extensão Rural voltados à inclusão digital, entre outros, têm possibilitado aos contextos populares o acesso à cibercultura. Soma-se, a isso, o esforço das organizações não governamentais em incluir os contextos populares no universo digital. Processo de inclusão, facilitado pelo sistema de crédito e barateamento dos novos dispositivos tecnológicos da informação e comunicação.

As dissertações, que contemplam as TICs, discutem a inclusão digital como vetor de inclusão social, as apropriações de telecentros comunitários e das redes sociais pelos jovens rurais, e os usos dessas tecnologias em ambiente escolar público.

Gráfico 1 - Distribuição das dissertações, segundo temas, do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (2005-2014)



8. A criação do GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local

A proposta teórica do Posmex, ampliada pela adesão de pesquisadores no campo da comunicação para o desenvolvimento das diversas regiões do país e de alguns países estrangeiros, serviu de base para a criação na Intercom do GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, em 2009, na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Este GP acha-se abrigado na divisão temática (DT) Comunicação, Espaço e Cidadania da Intercom.

Em seus cinco anos de funcionamento, o GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local pode ser considerado hoje um importante indicador para traçar um panorama das tendências da pesquisa em comunicação para o desenvolvimento do país.

No período 2009-2013, observa-se, no Gráfico 2, que dos 144 trabalhos apresentados, 32% abordam o tema *Extensão Rural, Extensão Pesqueira e Ruralidades*, incluindo como modelo de comunicação para o desenvolvimento: novas ruralidades; economia criativa; associativismo; turismo rural; povos das águas; quilombolas; agricultura familiar, entre outros.

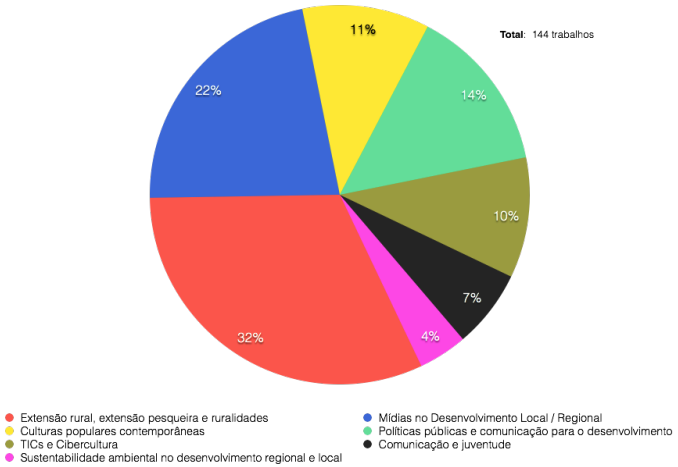
No tema *Mídias no Desenvolvimento Local e Regional,* os 22% dos trabalhos tratam das mídias impressas e audiovisuais, mídias regionais, estudos de re-

cepção, agências de notícias, publicidade e cobertura fotográfica no contexto do desenvolvimento local e regional.

No que se refere ao tema *Políticas Públicas e Comunicação para o Desenvolvimento*, os trabalhos apresentados representam 14% do total do período considerado. Tema este que envolveu as ações governamentais e não governamentais para o desenvolvimento regional e local. Os 11% dos trabalhos com o tema *Culturas Populares Contemporâneas* dizem respeito à produção e ao consumo cultural, às identidades quilombolas e indígenas, à mobilização comunitária, à cultura sertaneja e às apropriações das mídias.

Dos trabalhos, 10% estão voltados para a temática das *Tecnologias da Informação e Comunicação e Cibercultura*, na qual se encontram resultados de pesquisa no campo das identidades culturais, inclusão digital e redes sociais. No tema *Comunicação e Juventude* (7%), entre os assuntos discutidos, estão a educação no campo, a inclusão social e a economia criativa. Em *Sustentabilidade Ambiental no Desenvolvimento Regional e Local,* o percentual atingido foi de apenas 4%, compreendendo a questão amazônica, o desenvolvimento energético, os museus de ciência, a questão dos assentamentos de reforma agrária, usos das tecnologias sociais e comunicação comunitária.

Gráfico 2 - Distribuição dos trabalhos, segundo temas, do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do Intercom (2009-2013)

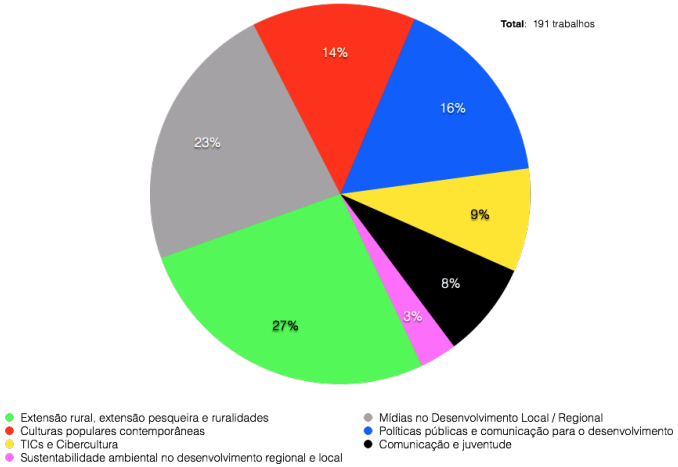


Somadas as recorrências dos temas distribuídos nas dissertações que abordam a comunicação para o desenvolvimento no Posmex (2005-2014) e nos trabalhos apresentados no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local (2009-2013), obtemos os seguintes resultados, vistos no Gráfico 3:

Num universo de 191 trabalhos analisados, 27% abordam o tema *Extensão Rural, Extensão Pesqueira e Ruralidades*; 23% tratam do tema *Mídias no Desenvolvimento Local e Regional*; 16% correspondem às *Políticas Públicas e Comunicação para o Desenvolvimento*; 14% referem-se ao tema *Culturas Populares Contemporâneas*; 9% das pesquisas voltam-se às *Tecnologias da Informação*

e Comunicação e Cibercultura; 8% dos trabalhos envolvem o tema *Comunicação e Juventude*; e, finalmente, 3% dizem respeito à *Sustentabilidade Ambiental no Desenvolvimento Regional e Local*.

Gráfico 3 - Distribuição dos trabalhos, segundo temas, do do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do Intercom (2009-2013) e do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (2005-2014)



Podemos considerar que esses dados constituem um relevante indicador para traçar um panorama das tendências da pesquisa em Comunicação para o desenvolvimento no Brasil e a partir deles algumas inferências podem ser realizadas:

1. A comunicação para o desenvolvimento no país volta-se significativamente para as realidades dos contextos populares e rurais;
2. Como era de se esperar, por se tratar de estudos de comunicação, as pesquisas envolvendo mídias representam uma fatia importante no conjunto dos temas analisados;
3. As políticas públicas e comunicação para o desenvolvimento representam um tema dos mais recorrentes, possivelmente em razão de que a comunicação para o desenvolvimento acha-se atrelada às ações das políticas públicas;
4. Um aspecto que chama atenção no estudo é a importância relativa ao tema Juventude que já ocupa 8% dos estudos de comunicação para o desenvolvimento analisado, reflexo da ênfase que tem sido dada ao assunto pela Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), contemplada na Lei 12.188/2010.

Como pudemos observar no Gráfico 3, os temas menos abordados foram, além da juventude, as tecnologias da informação e comunicação (8%), assunto contemporâneo de grande apelo e, paradoxalmente, o tema da sustentabilidade ambiental (3%), cuja relevância acha-se nos discursos das agências governamentais e não governamentais e dos movimentos sociais populares.

Considerações finais

Para finalizar, e sem a pretensão de trazer ideias conclusivas, gostaríamos de deixar duas questões para reflexão dos professores e pesquisadores da comunicação para o desenvolvimento no Brasil. Considerando que os problemas que desafiam o desenvolvimento do país no século XXI são exaustivamente conhecidos, que seus atores, vítimas da pobreza e da exclusão social estão por demais identificados, que estratégias de comunicação para o desenvolvimento, hoje voltadas para o desenvolvimento local, poderiam ser formatadas no sentido de viabilizar a ação do pesquisador para produzir um conhecimento que venha ao encontro dos movimentos sociais de homens, mulheres, jovens, negros, índios, quilombolas, agricultores familiares, povos das águas e das florestas, para construírem a inclusão social em todos os níveis? Um ponto de partida possível seria avançar nos temas em que a pesquisa identificou como menos recorrentes, a sustentabilidade ambiental e as tecnologias de informação e comunicação.

No que se refere à sustentabilidade ambiental, porque não é mais possível pensar o desenvolvimento sem considerar os impactos ambientais e sua repercussão no futuro; e as tecnologias da informação e comunicação, porque constituem hoje uma gramática imprescindível para que as populações de contextos sociais desfavorecidos produzam seus conteúdos, dando sequência às suas lutas emancipatórias.

Referências

ABRANOVAY, Ricardo. *Muito além da economia verde*. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

BAVA, Silvio Caccia. A produção da agenda social: uma discussão sobre contextos e conceitos. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, vol. 31, ago., 2003.

BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles**:** comunicação horizontal. *Comunicação e Sociedade*, m. 6, p. 5-35, set. 1981.

BORDENAVE, Juan Díaz. *O que é comunicação rural?* São Paulo: Brasilense, 1983.

BRAGA, Geraldo Magela; KUNSH, Margarida Krohling (Org.). Comunicação rural: discurso e prática. Viçosa: UFV, 1993.

BUARQUE, Sérgio C**.** *Construindo o desenvolvimento local sustentável*: metodologia de planejamento. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes (Org.). *Comunicação rural e o novo espaço agrário*. São Paulo: Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1999.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes (Org.). *Comunicação rural, tecnológica e desenvolvimento local*. Recife: Bagaço, 2002.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes. Ciberextensão. In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes; TAUK SANTOS,

Maria Salett. *Extensão rural-extensão pesqueira*: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2014, p. 677.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes; TAUK SANTOS, Maria Salett. Estratégias governamentais de comunicação para o associativismo e desenvolvimento local In: TAUK SANTOS, Maria Salett, CALLOU, Angelo Brás Fernandes (Org.). *Associativismo e desenvolvimento local*. Recife: Bagaço. 2006.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes; TAUK SANTOS, Maria Salett. *Extensão rural-extensão pesqueira*: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2014, 692 p.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes; TAUK SANTOS, Maria Salett. Políticas públicas e associativismo agrícola no nordeste do Brasil. *Revista da Rede Universitária das Américas em Estudos Cooperativos e Associados*, Sherbrooke, Canadá, vol. 6, n. 1, p.33-47, out. 2008.

CARVALHO, Horácio Martins de. *As ambiguidades da comunicação participativa*: notas para um debate. Recife, 1980 (Mimeo.).

CIMADEVILLA, Gustavo (comp.). *Comunicación, tecnologia y desarrollo*: discusiones y perspectivas desde el sur. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto, 2002.

CIMADEVILLA, Gustavo (comp.). *Comunicación, tecnologia y desarrollo*: debates actuales. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto, 2004.

CIMADEVILLA, Gustavo (comp.). *Comunicación, tecnologia y desarrollo*: trayectorias. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto, 2008.

DÍAZ BORDENAVE, Juan. *Aspectos e implicaciones políticas de La comunicación participativa*. Seminário latino-americano de Comunicación Participativa. Quito: Ciespal,1978 (Mimeo.).

FRANCO, Augusto de. *Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável*. 2ª Ed. Brasília: Instituto de Política, 2000.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 4. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra,1979.

JARA, Carlos J. *As dimensões intangíveis de desenvolvimento sustentável*. Brasília, IICA, 2001.

MATTELTART, Armand. *Multinacionais e sistemas de comunicação*: os aparelhos ideológicos do imperialismo. São Paulo: Ed Ciências Humanas, 1976.

MELO, José Marques de. *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil*. Petrópolis: Vozes,1976.

MELO, José Marques. *Comunicação, opinião, desenvolvimento*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

PINTO, João Bosco. La Comunicación participatoria como pedagogia del cambio: fundamentos epistemológicos. *Caderno de Comunicações*, João Pessoa, a.2, n.1, p.7-17,1980.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Os processos de globalização. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). *A globalização e as ciências sociais*, 2ª Ed., São Paulo, Cortez, 2002.

SCHWARTZMAN, Simon. *As causas da pobreza*. Rio de Janeiro: FGV. 2004.

SILVA, José Graziano da. Por um programa agrário. *Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária* – ABRA n. 2 vol. 23 maio/ago. 1993, p. 5-16.

TAUK SANTOS, Maria Salett (Org.). *Inclusão digital, inclusão social?* Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. Recife: Bagaço, 2009.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Comunicação rural e mercado de trabalho na era tecnológica: o desenvolvimento local está na pauta. In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes (Org.). *Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local*. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2002.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Comunicação rural-velho objeto, nova abordagem: mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRAUMEIGS, Divina; TAUK SANTOS, Maria Salett (Org.). *Comunicação e informação*: identidades e fronteiras. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000.

TAUK SANTOS, Maria Salett. *Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa do programa Cecapas/Serta*. São Paulo, 1994. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação ECA- USP).

Capítulo 18

Geografia e comunicação: diálogos mais que possíveis

Maria José Baldessar[1]
Sonia Virginia Moreira[2]
André Pasti[3]

1. Jornalista. doutora em Ciências da Comunicação, professora do programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento e do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, desenvolve pesquisas nas áreas de mídia, economia da mídia e cibercultura. É coordenadora do GP Geografias da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom, desde 2012.

2. Jornalista, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, professora associada da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, integra o corpo docente do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. É diretora de Relações Internacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom, é bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq, lidera o Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação. Concentra suas pesquisas em estudos de jornalismo, comunicação internacional, economia de mídia e indústria de mídia.

3. É geógrafo e mestre em Geografia pela Unicamp, doutorando em Geografia Humana na FFLCH/USP. Suas pesquisas con-

A história do GP Geografias da Comunicação tem início em 2008, em Natal. Durante o XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação foi organizado como uma mesa dos Colóquios Multitemáticos de Comunicação, sob a inspiração de Anamaria Fadul (USP/UMESP) e com textos apresentados por Sonia Virgínia Moreira (UERJ), Doris Fagundes Haussen (PUC-RS), Daniela Ota (UFMS) e Andreia Gorito (UVA). Aquele primeiro encontro tinha três objetivos: apresentar o grupo de pesquisa criado no CNPq em torno do tema Geografias da Comunicação[4], abordar os conceitos que permeiam o campo e fazer circular os trabalhos dos poucos pesquisadores brasileiros que se interessavam e começavam a investir nessa área de estudos da Comunicação. Incluiu, além da abordagem dos conceitos, estudos de mídia e estudos relativos a fronteiras midiáticas e comunicação local, regional e internacional.

Mas foi em 2009, no congresso da Intercom em Curitiba, que o Grupo se reuniu pela primeira vez como tal, depois de ser aprovado como um dos grupos regulares da Intercom. Dezenove papers foram selecionados para apresentação e, entre esses, nove autores constituíram a base sobre a qual se estruturou o 'GP de Geografias', como

---

centram-se na área de Geografia Humana, nos seguintes temas: círculos de informação, comunicação, globalização, urbanização e finanças. Atualmente é professor do COTUCA/Unicamp.

4. - Para saber mais sobre o GP acesse o site: http://www.geografias.net.br ou a página no Facebook: https://www.facebook.com/groups/292479624189216/?fref=ts

é identificado pelos investigadores que contribuíram e contribuem para a sua evolução, vindos das áreas da Comunicação, da Geografia e das Ciências Sociais. O Grupo se constituiu como multidisciplinar desde a sua criação. Talvez por isso tenha se caracterizado por reunir autores de diferentes estados – no primeiro encontro estavam representados Bahia, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Das cinco regiões brasileiras, apenas uma não tinha representante. Joe Straubhaar, da Universidade do Texas em Austin, foi o primeiro pesquisador estrangeiro a participar do Grupo e o seu trabalho sobre "as novas geografias culturais das identidades" se tornou referência para outras produções científicas desse subcampo. O professor Paulo Faustino, da Universidade do Porto, é outro estrangeiro que passou a participar do Grupo.

Agora, prestes a completar seis anos de existência, é possível afirmar que já tem um legado de produções que dialogam com várias áreas e fronteiras do conhecimento. Essa peculiaridade estava presente na sua primeira reunião que inclui temas como comunicação internacional, comunicação Sul-Sul, comunicação intercultural, comunicação e geografia, comunicação e migração, comunicação e espaço urbano, diversidade cultural, construção de territórios simbólicos na mídia, geografia e política, convergência de mídia, bases de dados geográficos e mídia de fronteira. Essa abrangência significa que a Geografia não é mais tão 'invisível' para a Comunicação e que – diferente do início do Grupo – está sendo possível mostrar outros caminhos para a pesquisa e os estudos dos dois

campos, em um contexto que cada vez mais se apresenta como especial para os investigadores brasileiros. Esse diálogo que começou há alguns anos comprovadamente fértil e traz novos insights para a academia.

A partir da década de 70 do século XX, com o acirramento dos processos de globalização e reconfiguração de fronteiras – tanto virtuais como reais, os conceitos da geografia se transformam em norteadores para a análise e explicação desse processo e seu imbricamento com novas formas de socialização. Isso nos leva a indicar que a geografia configurou-se como uma área fundamental para o entendimento do mundo contemporâneo e multifacetado: conectado, online, inter e multicultural, tecnológico e sem fronteiras. Nesse cenário, a comunicação se fortaleceu teoricamente a partir do fim dos anos 1980 quando incorporou os conceitos geográficos na sua explicação do mundo. A circulação de pessoas e riquezas, assim como o intercâmbio de ideias, informações e cultura imprimem mudanças profundas no espaço geográfico, na medida em que transformam os padrões culturais e os sistemas de produção e consumo.

Boa parte dos meios de comunicação – que possibilitam a circulação de ideias, cultura, informações e o transporte de pessoas e bens, foram inventados e/ou aperfeiçoados ao longo do século XX, dando início a um momento histórico único na comunicação e na circulação de pessoas e informação. O rádio, televisão, cinema, satélites, sistemas de transporte terrestre e aéreo e, muito recentemente, a rede mundial de computadores e todo o aporte tecnológico desenvolvido a partir da

miniaturização do transistor, mudaram radicalmente o modo de vida no mundo. O entendimento desse novo ecossistema faz com que se busquem explicações em áreas diversas e faz com que aquilo que antes parecia consolidado, se torne fluído e, mesmo, ambíguo.

Na área da comunicação não foi diferente e a busca por aportes em outras disciplinas se tornou necessário para a compreensão de fenômenos contemporâneos. Nesse cenário aparece a geografia e suas ligações com a comunicação. Embora, como enfatiza Lopes (2013) "os conceitos de caráter geográfico muitas vezes são citados de segunda mão, a partir de filósofos, sociólogos, antropólogos, cientistas políticos, ou são originários desses, como acontece nas Geografias Cultural e Social." Assim, os pesquisadores da comunicação e os geógrafos precisam vencer barreiras que, mesmo respeitando as especificidades de cada área, avancem para uma leitura conjunta de fenômenos. Uma das características do momento atual, motivada pela tecnologia, é a agilidade com que muitos processos acontecem e "encurtamento" de distâncias. Sendo assim, torna-se imperioso uma leitura e interpretações conjuntas do fenômeno levando em consideração como geógrafos interpretam as questões midiáticas e como os pesquisadores da comunicação, em algumas situações, negligenciam considerações da área da Geografia. Cabe salientar que a movimentação de pessoas, seja fisicamente ou virtualmente, é um fenômeno que está intimamente ligado à tecnologia e interessa, como fonte de observação e estudo, tanto a comunicadores como a geógrafos.

Lopes (2013) também aponta inúmeros exemplos de pesquisadores que abordaram a relação da Geografia com a comunicação de massa: o geógrafo cultural Chris Lukinbeal, da Universidade do Arizona, nos Estados Unidos, tratou em estudos sobre cinema e mídia da relação entre as locações locações de cinema e as "formas geográficas da mídia". Já Stefan Zimmermann, do Instituto de Geografia da Universidade de Mainz, na Alemanha, investiga a relação da Geografia com a comunicação de massa. De acordo com Lopes (2013), Zimmermann estuda a influência da mídia na imigração ilegal e "a forma de percepção das pessoas em relação às paisagens (landscapes) exibidas pelo cinema." Os estudos desses dois pesquisadores estão reunidos na obra *The Geografy of Cinema, a Cinematic World,* editada em 2008. Zimmermann chegou, inclusive, a usar como estudo de caso dois filmes do brasileiro Walter Salles: "Central do Brasil" e "Diários de Motocicleta". A justificativa é que os dois filmes apresentam uma intensa exploração das imagens como parte da narrativa, diferente de outras produções que usam os locais apenas como cenário. Além Zimmermann e Lukinbeal, outros autores também discutiram a relação da Geografia com os estudos de comunicação. O volume de pesquisas, na última década, ainda é pequeno, mas tende a crescer a partir do momento que surgirem novas constatações sobre a importância das Geografias da Comunicação.

Ainda fazendo relações entre pesquisadores e suas temáticas, não podemos esquecer de Harold Innis (1894), fundador da Escola de Toronto e um dos pioneiros na

mescla entre História, Geografia e Comunicação. Também originário dessa vertente, e embora poucos associem sua obra à Geografia, Marshall McLuhan e sua metáfora da aldeia global trata de território, lugar, não lugar e da cultura como mediadora do cotidiano.

Visando contribuir para a construção de pontes que viabilizem esse diálogo entre áreas, nos permitimos algumas reflexões epistemológicas da Geografia partindo do aporte teórico proposto pelo geógrafo brasileiro Milton Santos (1926-2001). Para que a interdisciplinaridade não se torne uma busca de explicações superficiais com base em uma compreensão pobre das disciplinas, Milton Santos (2002 [1978]), propõe que o esforço interdisciplinar deva partir do reconhecimento do objeto da disciplina e da identificação de suas categorias fundamentais.

> "uma interdisciplinaridade que não leva em conta a multiplicidade de aspectos com os quais se apresenta aos nossos olhos uma mesma realidade, poderia conduzir à construção teórica de uma totalidade cega e confusa, incapaz de permitir uma definição correta de suas partes" (SANTOS, 2002 [1978], p. 140).

Assim, devemos partir do reconhecimento do objeto de estudo da geografia, o espaço geográfico. Silveira (2000) chama a atenção para a necessidade de se formular um sistema de ideias no qual o espaço seja pensado como um conteúdo, e lembra que cada teoria pertence a um período histórico. Assim, "como a realidade é

dinâmica, os conceitos devem dar conta do movimento" (SILVEIRA, 2000). Conforme Isnard (1982), o espaço geográfico é concebido pela sociedade para realizar seus projetos, e sua organização ao longo do tempo é um campo de conflitos. No período atual, o espaço geográfico, segundo Santos (2006a), é definido como "um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá".

Para além de uma perspectiva geométrica do espaço — o espaço visto apenas como distâncias, extensões, formas, tamanhos e limites, visão esta que orientou por bastante tempo as pesquisas na geografia e nas ciências que buscavam nela seus diálogos interdisciplinares — propõe-se uma abordagem a partir da *existência,* uma epistemologia existencial da geografia (SANTOS, 1996; SANTOS, 2006b; SILVEIRA, 2006).

Nesse sentido, ao tratarmos da noção de território, entendemos, juntamente com Santos (1940), que à análise social interessa a interpretação dos *usos do território,* o *território usado.* Para esse autor, se o território são as formas, o território usado são os objetos e as ações — podendo, dessa forma, ser entendido como sinônimo de espaço geográfico. Conforme Santos e Silveira (2006), para definir o território "devemos levar em conta a interdependência e a inseparabilidade entre a materialidade, que inclui a natureza, e seu uso, que inclui a ação humana, isto é, o trabalho e a política". Igualmente, espera-se avançar para além da mera busca pela "localização" dos

fenômenos, baseada na ideia equivocada de espaço geométrico, para a compreensão de que o espaço não é um mero "palco" das ações.

Assim, deve-se rever a questão da *escala*. Em função da visão geométrica de espaço, a escala geográfica foi, por muito tempo, confundida com a escala cartográfica. A escala, conforme Santos (2006a [1996]) está relacionada, de fato, à área de ocorrência de um fenômeno e é, portanto, um dado temporal, e não puramente de extensão. A escala geográfica deve considerar o conteúdo do território e os eventos, pois

> " [...] é a funcionalização dos eventos no lugar que produz uma forma, um arranjo, um tamanho do acontecer. Mas, no instante seguinte, outra função cria outra forma e, por conseguinte, outros limites. Muda a extensão do fenômeno porque muda a constituição do território: outros objetos, outras normas convergem para criar uma organização diferente. Muda a área de ocorrência dos eventos." (SILVEIRA, 2004, p. 90).

Para Silveira (2004), o mundo construído e seu arranjo de objetos e normas, ao mesmo tempo em que se transforma com o processo histórico, impõe a ele uma inércia, obrigando os vetores a uma adaptação. A isso a autora chama de *escala de império*, representada pelo tempo objetivado, pelo tempo tornado empírico — enquanto a escala da ação é constituída de tempo: o tempo global, o tempo nacional, o tempo local. Em outras

palavras, teríamos de um lado a escala como "rugosidade" — a inércia, dinâmica, das formas herdadas — e de outro como possibilidade: a materialidade cria inércia e resistência à mudança, enquanto a ação cria instabilidade e conflitos e, portanto, novos limites.

Em relação à comunicação, essas novas possibilidades de pensar a escala oferecida pela geografia crítica nos permitem ponderar, por exemplo, que o conjunto de normas que regulam a comunicação e a organização historicamente hierárquica e concentrada do setor pode ser lido como escala de império, contrapondo-se a estratégias "lugarizadas" de movimentos sociais e de resistência, ou aos diversos movimentos de ocupação que surgiram quase simultaneamente em diversas cidades do mundo e se articulam por meio de estratégias viabilizadas pelas novas tecnologias da informação. Nesse último caso, temos uma demonstração de que a escala geográfica ultrapassa a escala geométrica: a área de ocorrência do fenômeno une movimentos locais e globais.

Propõe-se, assim, um enfoque epistemológico que resgate a categoria *totalidade*[5]. Conforme Santos (1984),

5. "A noção de totalidade é uma das mais fecundas que a filosofia clássica nos legou, constituindo um elemento fundamental para o conhecimento e análise da realidade. Segundo essa ideia, todas as coisas presentes no Universo formam uma unidade. Cada coisa nada mais é que parte da unidade, do todo, mas a totalidade não é uma simples soma das partes. As partes que formam a Totalidade não bastam para explicá-la. Ao contrário, é a totalidade que explica as partes" (SANTOS, 2006a [1996], p. 115).

o espaço é um campo de forças multidirecionais e multicomplexas onde, ao mesmo tempo em que cada lugar é extremamente diferente de outro, também cada lugar está claramente ligado a todos os outros por um nexo único, dado pelas forças motrizes do modo de acumulação hegemonicamente universal. Por conseguinte, não se deve analisar os lugares por meio de lógicas particulares e encerradas em si, sem a consideração da totalidade.

Essa totalidade está sempre em movimento, que é chamado de totalização. A totalidade representa um resultado momentâneo desse processo. Os sistemas de objetos e sistemas de ações são novas totalidades dessa totalidade em movimento: o espaço (SILVEIRA, 2000). Entender o *movimento* é crucial porque o processo histórico é esse processo de totalização (SARTRE, 2002).

Em relação à comunicação, deveríamos, portanto, compreender analiticamente os sistemas atuais de comunicação tanto no que se refere ao sistema de objetos técnicos que dão suporte a seu funcionamento, quanto ao sistema de ações que eles executam, viabilizam e condicionam; do mesmo modo, ao analisar dinâmicas comunicacionais de um lugar deve-se considerar a totalidade e seu movimento de totalização.

As noções de *verticalidade* e *horizontalidade* também são operacionais para compreender a dinâmica do atual período, especialmente em relação aos rebatimentos dos fluxos informacionais. As verticalidades (SANTOS, 2006 [1996]) seriam os vetores da racionalidade superior e do discurso hegemônico. Elas criam interdependências (que tendem a ser hierárquicas), "tanto mais numerosas

e atuantes quanto maiores as necessidades de cooperação entre lugares". As horizontalidades seriam tanto o lugar da finalidade imposta de fora, de longe e de cima, quanto o da contrafinalidade, localmente gerada. Conforme Santos (2006 [1996], p. 285), "o espaço se compõe de uns e de outros desses recortes, inseparavelmente".

Distinguimos, assim, os círculos informacionais *ascendentes* e *descendentes* (SILVA, 2010; 2012): descendentes são aqueles baseados na informação que atinge verticalmente os lugares, enquanto os círculos informacionais ascendentes referem-se aos "dinamismos mais arraigados ao lugar, ao dilema da sobrevivência, da resistência e da reprodução" (SILVA, 2010). Esses círculos ascendentes e descendentes coexistem no espaço geográfico. Exemplificando a partir da circulação de notícias, podemos compreender os círculos informacionais noticiosos cujo conteúdo é comandado, em grande parte, pelas agências transnacionais de notícias, como círculos descendentes de informações, que se impõem aos lugares, enquanto identificamos diversas dinâmicas ascendentes da informação noticiosa em casos recentes como o "Mídia NINJA", a rede TeleSUR e tantos outros (PASTI, 2013).

Os diferentes diálogos interdisciplinares entre Geografia e as Ciências da Comunicação devem considerar a dimensão política ao analisar os usos do território, identificando os agentes hegemônicos e hegemonizados, bem como a existência de "lugares que comandam" e "lugares que obedecem" — a partir dos fluxos de informação. Tanto a difusão seletiva e desigual das infraestruturas

comunicacionais como as ações dos agentes hegemônicos no comando da comunicação trazem consequências importantes aos lugares e merecem a atenção de nossas investigações.

Para além dos conceitos, o GP da Intercom tem mostrado essa possibilidade no cotidiano dos encontros anuais e nas temáticas das pesquisas apresentadas. Em 2012, com a publicação do livro " Geografias da comunicação: espaço de observação de mídia e culturas", sob a chancela da Sociedade Brasileira de Estudos da Comunicação, essa pluralidade se revela. No livro, composto por 14 artigos de pesquisadores da área – três deles internacionais, Joseph Straubhaar (EUA), Jonh R. Baldwin (EUA) e Paulo Faustino (Portugal) são tratados temas ligados à (1) geografia cultural, econômica e de mídia; (2) percursos brasileiros com repercussões na teoria, na discussão de território mídia e região – sem entrar nos particularismos da regionalização.

Destaque-se na obra o prefácio do professor Marques de Melo, que traz um cenário do pensamento comunicacional/geográfico brasileiro e, em especial a contribuição crítica do geógrafo Manuel Correia de Andrade. No mesmo sentido, o texto do pesquisador Paulo Celso da Silva, disseca a contribuição do pensador brasileiro Milton Santos (1926/2001) e sua contribuição em textos acadêmicos e jornalísticos.

Outros temas são recorrentes, não só na obra analisada, mas no percurso histórico do GP Geografias da Comunicação. As fronteiras midiáticas e culturais do Brasil são objeto de estudos de pesquisadores como Daniela

Ota (MS), que analisa o rádio tendo como o espaço limítrofe entre Brasil/Paraguai/Bolívia ou Roberta Brandalise, que estuda a apropriação cultural na fronteira do Brasil/Argentina a partir da programação televisiva. Outras contribuições ganham destaque no GP como as de Margarethe Born Steinberger que compartilha com os pesquisadores seus estudos sintetizados no livro "Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina"[6] . E, no mundo contemporâneo, novas temáticas se agregam a cada dia, tais como o turismo como fruto da comunicação e mobilidade; as fronteiras cibernéticas e a cibercultura; branding e marcas territoriais.

A vastidão de conceitos, formulações e temas possíveis dentro de um grupo de pesquisa multidisciplinar, multiprofissional, fluído e conectado com as questões da contemporaneidade é a marca do GP Geografias da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Para além dos mapas tradicionais, a consolidação de um espaço onde é possível vislumbrar os imbricamentos possíveis entre cultura, mídia e cotidiano – tendo como pano de fundo o homem e suas relações com o mundo, assumindo como discursos conceitos de áreas distintas, nos parece um desafio e tanto.

6. - STEINBERGER, M.B. (2005). *Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina.*São Paulo: Fapesp, Educ e Cortez.

Referências

ISNARD, Hildebert. **O Espaço Geográfico**. Coimbra: Almedina, 1982.

LOPES, S. A. Geografias da Comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo. In: **Contemporânea, nº 21**; ano 11;Volume 1. Rio de Janeiro: UERJ, 2013.

MOREIRA, S. V. **Geografias da Comunicação: espaço de observação de mídia e culturas**. São Paulo: Intercom, 2012.

PASTI, André. **Notícias, Informação e Território: as agências transnacionais de notícias e a circulação de informações no território brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Geografia). UNICAMP. Campinas: Unicamp, 2013.

SANTOS, Milton. **Por uma Geografia Nova: da crítica da Geografia à Geografia crítica**. São Paulo: Edusp, 2002 [1978].

SANTOS, Milton. **A geografia no fim do século XX: a redescoberta e a remodelagem do planeta e os papéis de uma disciplina ameaçada**. Geonordeste, ano 1, n. 2, pp. 1-13, 1984.

SANTOS, Milton. O retorno do território. In: SANTOS, Milton. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec: ANPUR, 1994.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia cidadã: por uma epistemologia da existência**. Boletim Gaúcho de Geografia, n. 21, p. 7-14, 1996.

SANTOS, Milton. Por uma epistemologia existencial. In: LEMOS, A.; SILVEIRA, M. L.; ARROYO, M. (org.) **Questões territoriais na América Latina**. São Paulo: Clacso, 2006b.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: Território e Sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2006 [2001].

SARTRE, Jean-Paul. **Crítica da razão dialética: precedido por Questões de método**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

SILVA, Adriana Bernardes. Círculos de informações e novas dinâmicas do território brasileiro. In: XVI ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS — ENG. Anais... Porto Alegre: AGB, 2010.

SILVA, Adriana Bernardes. **Círculos de informações, urbanização e usos do território**. *Revista da ANPEGE*, v. 8, n. 10, 2012.

SILVEIRA, María Laura. Por um conteúdo da reflexão epistemológica da geografia. In: SOUZA, Álvaro José de. (org.) **Paisagem território região: em busca de identidade**. Cascavel: Edunioeste, 2000.

SILVEIRA, María Laura. **Escala geográfica: da ação ao império?** Terra Livre, ano 20, v. 2, n. 23, pp. 87-96. Goiânia, jul/dez, 2004.

SILVEIRA, María Laura. **O espaço geográfico: da perspectiva geométrica à perspectiva existencial**. GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, No 19, pp. 81-91, 2006.

Capítulo 19

Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina

Maria Cristina Gobbi[1]

Introdução: um marco histórico

O ano de 2009 foi muito representativo para os estudos em Comunicação no espaço da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) com a criação do GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina. Não somente pela concepção do espaço para discussão de pesquisas no contexto da América Latina, mas por oportunizar uma ampliação dos estudos comunicativos para além das fronteiras do

1. Livre-docente em Historia da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina pela UNESP (Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho"), Pós-doutora em Integração Latino-Americana pelo PROLAM-USP (Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo), Vice-Coordenadora do PPGTVD (Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital), Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCom (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação) da Unesp, Câmpus Bauru. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

nosso país. A criação do Grupo de Pesquisa (GP) atendeu uma reivindicação e uma demanda antiga sobre a necessidade de um espaço capaz de abrigar pesquisadores que desenvolvem estudos sobre outros espaços geoculturais e muitas vezes fronteiriços da Comunicação.

Resultado de uma singular reestruturação ocorrida no âmbito dos GT's na entidade, igualmente, foi uma proposta de diversos pesquisadores que sabiam que seria a oportunidade de congregar, em um mesmo espaço, aqueles trabalhos que são apresentados anualmente e que estavam espalhados nos vários GT's da Intercom, mas que abordam temáticas singulares ligadas ao espaço comunicativo da América Latina. E foi nessa perspectiva que o grupo se reuniu pela primeira vez em setembro de 2009.

A reestruturação dos núcleos de pesquisa começou a ser promovida em 2007, mas as mudanças ocorreram, no entanto, em 2009, quando os núcleos passaram a ser denominados grupos de pesquisa (GP's) – sendo que alguns foram extintos, outros foram desmembrados e novos foram criados. Como forma de aperfeiçoar a organização das atividades, esses GP's constituem subdivisões de oito Divisões Temáticas (DT's), estruturadas conforme suas especificidades: 1) Jornalismo; 2) Publicidade e Propaganda; 3) Relações Públicas e Comunicação Organizacional; 4) Comunicação Audiovisual; 5) Multimídia; 6) Interfaces Comunicacionais; 7) Comunicação, Espaço e Cidadania; e 8) Estudos Interdisciplinares. O GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina está na Divisão Temática número 7, juntamente com os GP's "Comunicação e Desenvolvimento

Regional e Local", "Comunicação para a Cidadania" e "Geografias da Comunicação".

Para abrigar a multidisciplinaridade das temáticas o DT define como ementa: "[...] estudo da comunicação na sua relação com ambientes espaciais e culturais. Comunicação e Cidadania. As minorias. Comunicação e espaços culturais e geográficos. Comunicação local e global. A dimensão regional. Processos comunicacionais da América Latina" (Intercom, 2014) e tem como palavras-chave: Cidadania – América Latina – Comunicação Internacional, Regional e Local. E é neste contexto que o GP Mídia, Culturas e Tecnologias digitais na América Latina está inserido.

O aspecto plural desenhando no âmbito da Divisão Temática, a partir dessa nova configuração, corrobora os acertos ocorridos, os ajustes que ainda são necessários e a mobilidade, demonstrando o quanto a Intercom está atenta as mudanças que vêm ocorrendo no âmbito dos estudos comunicacionais, evidenciando o caráter inovador, amplo e diversificado da entidade.

As Divisões Temáticas confirmam as contemporâneas demandas da área da comunicação abarcadas pela entidade, além de permitir a difusão de conhecimento para múltiplos espaços midiáticos e culturais, contribuindo para o fortalecimento da área mediante o diálogo trans e multidisciplinar com outros campos de conhecimento. A título de exemplo no período de 2001 a 2014, foram apresentados mais de 10 mil trabalhos nos núcleos de pesquisa, perfazendo em média mais de 1.200 trabalhos ano, por divisão temática e com uma média de mais de

40 trabalhos espalhados nos 30 GT's que compõem a entidade. Embora alguns recebam uma maior concentração de pesquisadores, fruto dos acontecimentos que marcam temáticas, definem episódios e geram períodos com focos específicos para as pesquisas comunicacionais, todos os GT's têm contribuído de forma significativa para a ampliação e a consolidação dos estudos em comunicação em nosso continente.

O Grupo de Pesquisa

Motivados pela ideia de que a comunicação tem um papel decisivo na história humana, quer como um meio de preservar a cultura, como forma de possibilitar a troca de informação, pela mediação das tecnologias digitais ou pelos diversos espaços geoculturais onde interagem e após um amplo processo de discussão que um grupo de pesquisadores, que desenvolve pesquisas relacionadas ao espaço Latino-Americano, resolveu propor a criação de um GT específico para atender essa demanda.

Acatando as definições do Estatuto da entidade, o grupo nasce em sua equipe permanente com os pesquisadores: Coordenadora: Maria Cristina Gobbi (UNESP/UNESCO), Bauru/São Bernardo do Campo – SP; Subcoordenador: Marcio Fernandes (Unicentro/PR). Pesquisadores: Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU) – Uberlândia - MG, Adriana Azevedo (UMESP) – São Bernardo do Campo – SP, Adriano Gomes (UFRN) –

Natal – RN, Alexandre Barbosa (Uninove) – São Paulo – SP, Gladis Linhares (Uniderp) – Campo Grande – MS, Gustavo Cimadevilla (Universidad de Rio Cuarto) – Argentina, Jacqueline Dourado (CEUT) – Teresina – PI, Maria Ataíde (UFPA) – Pará – PA, Maria Érica de Oliveira (UFRN) – Natal – RN, Marli dos Santos (UMESP) – São Bernardo do Campo – SP, Rosa Maria D. Costa (UFPR) - Curitiba – PR, Sebastião Guilherme (UFRN) – Natal – RN, Jane Aparecida Marques (USP – SP), Marly Vidal (UFPA), Maria Teresa Miceli Kerbauy (UNESP) – SP, Paulo Bráz Clemencio Schettino (Uniso) – Sorocaba – SP, Regina Alves (UFPA) – PA, Carla Tozo (Uninove) – São Paulo – SP, Valdir Boffetti (Umesp) – SP, Pablo Escandón Montenegro (Ciespal – Quito), Rene Rodriguez Lopez (UNESP) – Bauru – SP, Heidy Vargas (Umesp) – São Bernardo do Campo – SP, Mozarth Dias de Almeida Miranda (UNESP) – Bauru – SP, Sandra Silva (UNIPAC) – Minas Gerais – MG, Thalita Maria Mancoso Mantovani e Souza (UNESP) – Bauru – SP, Walace Nolasco (UNIPAC) – Minas Gerais – MG, Edvaldo Olécio de Souza (UNESP) – Bauru – SP, Francisca Rônia (UNESCO) – SP e Cristiane dos Santos Parnaíba (Umesp) – SP, além de outros que apresentaram trabalhos no encontro de 2009. Muitos desses pesquisadores permanecem no Grupo outros, pela conclusão de suas teses ou dissertações, foram buscar abrigo nos espaços mais próximos de suas linhas de pesquisa e igualmente foram recebidos muitos outros pesquisadores no GT, que têm garantindo a média de mais de 40 trabalhos inscritos para os congressos anuais da Intercom.

O grupo definiu, na época, como **ementa:** Estudar a mídia e as diferentes interconexões com a cultura e com as tecnologias digitais, no âmbito da América Latina. Refletir sobre o conceito de mídia, multiculturalismo e tecnologias digitais no âmbito da América Latina, discutindo questões e as interfaces com: meios de comunicação tradicionais e novos no contexto da sociedade da informação; propostas metodológicas para uma aproximação com os estudos das comunidades virtuais que utilizam as tecnologias digitais para a informação, educação; entretenimento, difusão cultural e para a criação de novos espaços públicos da comunicação confluindo para a formação de uma identidade cultural midiática; educação mediada por tecnologias digitais; produções em cultura popular mediadas pelas tecnologias digitais; diversidade étnico-cultural; juventude; produção de conteúdos midiáticos mediados por tecnologias digitais entre outros. Revisar criticamente o papel da mídia, da cultura e das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, no espaço latino-americano. Compreender a produção da mídia por meio das marcas culturais e do desenvolvimento tecnológico, capaz de estabelecer culturas específicas ou participativas, que atravessam fronteiras territoriais e políticas. Analisar e estudar os fenômenos midiáticos, socioculturais e tecnodigitais no contexto da sociedade, verificando como estes exercem influência direta na configuração dos imaginários sociais e nas novas formas de sociabilidade. Estudar os processos midiáticos com mote nas tecnologias digitais, especialmente no âmbito da América Latina. Observar

e refletir sobre as transformações técnico-científicas e o papel da mídia nos processos que permitam a discussão dos enfoques socioculturais e tecnodigitais na perspectiva da interdisciplinaridade, com a mídia como objeto central de estudos. Uma segunda linha de pesquisa será aquela mediada por experiências educomunicativas no âmbito das tecnologias digitais. E como **palavras-chave:** Tecnologias Digitais, América Latina, Culturas, Mídia.

Os objetivos traçados foram:

1. Mensurar as produções midiáticas e culturais nessa região frente às novas demandas das tecnologias digitais;
2. Identificar as tendências, o crescimento, os autores, os atores e as temáticas do conhecimento midiático, cultural e tecnológico-comunicacional Latino-Americano.
3. Medir a utilidade dos serviços de disseminação seletiva da informação e da cultura com o uso das tecnologias digitais.
4. Sistematizar as matrizes do pensamento midiático e cultural no contexto das tecnologias digitais e suas contribuições para o desenvolvimento e para a evolução da corrente sobre a Elacom (Escola Latino-Americana de Comunicação)
5. Sistematizar e periodizar a produtividade dos editores, autores individuais, organizações, centros de estudos, universidades, empresas, governos e socieda-

de civil na área da mídia, da cultura e das tecnologias digitais na América Latina;

6. Revisitar criticamente o estado da arte sobre mídia, cultura, tecnologias digitais e suas produções e interfaces, elaborando relatos periódicos sobre essa aquisição;
7. Observar sistematicamente a produção comunicacional e cultural produzida e cultivada pela mídia latino-americana, disseminando estudos que possam suscitar o diálogo com os seus produtores e usuários;
8. Elaborar material didático sobre a Elacom e suas produções em mídia, cultura e tecnologias digitais para disseminação dessa corrente de pensamento nas universidades e escolas da região;
9. Manter permanente diálogo com os membros da comunidade acadêmica mundial que se dedicam ao estudo desse objeto.

E assim, desde 2009 o grupo vem se reunindo anualmente.

Os primeiros encontros: estabelecendo diálogos

Foi no ano de 2009, que a Diretoria da Intercom decidiu, em reunião realizada na sede da Estação Brigadeiro, em 7 de janeiro pela inclusão dos novos GP's propostos pelos sócios, em função de vários fatores: "[...] riqueza

das discussões que desenvolveram, consistência das propostas e explicitação de novas perspectivas teórico-conceituais para o campo da comunicação cujo crescimento é extremamente expressivo nos últimos anos", afiançou, na época, a profa. Dra. Marialva Barbosa, então Diretora Científica da entidade, durante a reunião da diretoria. E então, no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ocorrido em Curitiba, Paraná, o Grupo se reúne pela primeira vez como GT da Intercom.

Com 32 trabalhos aceitos as pesquisas foram divididas em quatro mesas de trabalho: Mesa 1 – Acessibilidade Digital na Educação Latino-Americana, com 6 trabalhos, Mesa 2 – Homogeneidade e Diversidades Culturais na América Latina, com 11 trabalhos e Mesa 3 – Mediações e Espaços Interativos na América Latina, com 6 trabalhos e Mesa 4 – Tecnologias e Convergências Digitais na América Latina, com 9 trabalhos.

O conjunto de temas apresentados objetivou estudar a mídia e as diferentes interconexões com a cultura e com as tecnologias digitais, no âmbito da América Latina. Refletir sobre o conceito de mídia e de multiculturalismo, observando as interfaces com os meios de comunicação novos e tradicionais no contexto da sociedade da informação. Igualmente, as mesas de trabalho buscaram evidenciar reflexões sobre as transformações mediadas por singularidades educomunicativas no âmbito das tecnologias digitais, demonstrando as múltiplas experiências de acessibilidade, inclusão social e práticas acadêmicas, bem como suas implicações, que não ficam restritas à área tecnológica, mas atingem também as áre-

as sociais, econômicas e culturais, abordando os desafios da educação nesta nova sociedade tecnológica.

Para uma ideia geral do desenvolvimento do GT Mídia, Culturas e Tecnologias digitais na América Latina, os resultados apresentados durante os quatro primeiros anos nos quais o GT ficou sob a coordenação da profa. Dra. Maria Cristina Gobbi (Unesp) e a vice-coordenação do prof. Dr. Marcio Fernandes (Unicentro) estão sintetizados nos quadros de 1 a 5 que estão disponibilizados abaixo.

Quadro 1 – Número de Trabalhos

Ano	Nr. Trabalhos	Local do evento	Tema do evento
2009	31	Curitiba, PR	Comunicação, Educação e Cultura na Era Digital.
2010	34	Caxias do Sul, RS	Comunicação, Cultura e Juventude.
2011	26	Recife, PE	Quem tem medo da pesquisa empírica?
2012	32	Fortaleza, CE	Esporte da Idade Mídia: diversão, informação, educação.

TOTAL GERAL	123	Média anual = 31	–

Fonte: elaborada pela autora.

Quadro 2 - Titulação dos participantes e Modalidade dos trabalhos

Ano	Doutor	Outros	Individual	Grupo
2009	16	25	18	13
2010	20	36	20	14
2011	12	30	15	11
2012	21	34	18	14
TOTAL GERAL	**69**	**125**	**71**	**52**

Fonte: elaborada pela autora.

Quadro 3 - Região dos pesquisadores

Ano	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	C-Oeste
2009	3	4	4	20	0
2010	3	6	8	17	0
2011	4	6	2	14	0
2012	6	6	4	15	1
TOTAL GERAL	**16**	**22**	**18**	**66**	**1**

Fonte: elaborada pela autora.

Quadro 4 - Tipo de Instituição

Ano	Pública	Privada	Confessional
2009	19	11	1
2010	17	2	1
2011	19	6	1
2012	25	7	1
TOTAL GERAL	**80**	**26**	**4**

Fonte: elaborada pela autora.

No período as palavras-chaves que mais apareceram foram:

Quadro 5 – Palavras-chave, anos 2009 a 2012

Palavras-chave	Qtde
Comunicação: social, católica, digital, governamental, pública, visual, matemática	27
Cultura: ilustração, massa, arte, hispano--americano, midiática, lúdica, organizacional, híbridas	24
Tecnologia: digital, assertivas, da comunicação, da informação	20
Mídia: digital, educação, móveis, sociais	18
América Latina	18

Internet	12
TV Digital	10
Jornalismo: Cidadão; Científico, Digital, On Line, jornalistas	9
Blog, indígena, Blogosfera, Cubanos	9
Inclusão: Digital, Social	8
Identidade, cultural	7
Interatividade	6
Teoria, da comunicação, Agir Comunicativo, jornalismo	5
Cidadania	5

Fonte: elaborada pela autora.

Além dessas mais citadas há outras que apareceram em menor número, tais como: Acessibilidade, Campo da Comunicação, Ciberativismo, Cidades digitais, Conectividade, Conteúdos narrativos, Culturalismo, Diversidade de Conteúdos, Democratização, Entretenimento, Era Digital, Estratégias de Comunicação, Facebook, Floresta Digital, Fronteiras, Idosos, Indígena, Integração, Jesús Martín-Barbero, Juan Díaz Bordenave, Juventude, Latinidade, Latinoamericano, Midiatização da religião, Noticiabilidade, Novas mídias, Novas tecnologias, Pensamento Comunicacional Latino-Americano, Peronismo, Redes Sociais, Regionalização, Religião, Revolución Mexicana, Sociocomunicacionais, Software Livre, Storytelling, Telecentros, Teledramaturgia, Televi-

são Digital, Turismo, Virtualidade, Web, webjornalismo, entre tantas outras.

Em uma breve análise dos textos é possível avaliar que a diversidade de temas e de nuances das pesquisas apresentadas nos quatro primeiros anos permitiu observar que as práticas acadêmicas são explicitadas em um cenário no qual o meio educacional e as interfaces tecnológicas desempenham um papel determinante ao possibilitar e ampliar as inter-relações de troca de informações e de conhecimentos, desenvolvendo peculiaridades que revelam histórias individuais, mas expressam-se em cenários coletivos. Também puderam ser observadas como as questões políticas e os movimentos tecno-educativos podem ampliar a inserção social pela acessibilidade digital.

A partir de 2013 o GT passou a ser coordenado pela profa. Dr. Maria Ataíde Malcher (UFPA) e a vice-coordenação a cargo da profa. Dra. Jane Marques (USP). Assim, para XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ocorrido em Manaus, AM, já sob a nova supervisão, foram aceitos 24 trabalhos, sendo 6 individuais e 18 em coautoria. A titulação acadêmica dos participantes: Pós-Doutores: 2, Doutores: 4, Doutorandos: 6, Mestres: 2, Mestrandos: 7, Especialistas: 2 e Graduados: 1. Para essa análise foram consideradas a titulação apenas dos primeiros autores dos trabalhos. Vale ressaltar, porém, que no GT é muito comum a assinatura dos trabalhos de mestrandos e doutorandos com seus orientadores, assim a titulação mais alta acaba ficando com o coautor. Além disso, há artigos que são resultado de

pesquisas maiores e que envolvem alunos de graduação ou já graduados.

Com relação aos locais de origens, no relatório apresentado pelas coordenadoras e sintetizados nos quadros 6 e 7 é possível demonstrar que houve não somente representatividade nacional dos pesquisadores participantes do grupo no ano de 2013, como a ampliação do espaço para outras localidades da América Latina, o que é um dos objetivos de criação do grupo.

Quadro 6 - Instituições e regiões representadas no GT, ano 2013, Brasil

Instituições	Sigla	Estado	Região
Universidade Federal de Goiás	UFG	Goiás	Centro-Oeste
Universidade Federal do Mato Grosso	UFMT	Mato Grosso	Centro-Oeste
Pontifícia Universidade Católica de Goiás	PUC Goiás	Goiás	Centro-Oeste
Universidade Federal de Sergipe	UFS	Sergipe	Nordeste
Universidade Federal da Paraíba	UFPB	Paraíba	Nordeste
Universidade da Amazônia	Unama	Pará	Norte
Universidade Federal do Amazonas	UFAM	Amazonas	Norte

Universidade Federal do Pará	UFPA	Pará	Norte
Universidade Federal de Rondônia	UNIR	Rondônia	Norte
Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação	Esamc	São Paulo	Sudeste
Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho	UNESP--Bauru	São Paulo	Sudeste
Universidade de Sorocaba	UNISO	São Paulo	Sudeste
Universidade de São Paulo	USP	São Paulo	Sudeste
Universidade do Estado do Rio de Janeiro	UERJ	Rio de Janeiro	Sudeste
Universidade Federal do Rio de Janeiro	UFRJ	Rio de Janeiro	Sudeste
Fundação Oswaldo Cruz	Fiocruz	Rio de Janeiro	Sudeste
Universidade Federal de Uberlândia	UFU	Minas Gerais	Sudeste
Universidade Federal de Minas Gerais	UFMG	Minas Gerais	Sudeste
Universidade do Sul de Santa Catarina	Unisul	Santa Catarina	Sul
Centro Universitário Leonardo da Vinci	Uniasselvi	Santa Catarina	Sul

OBS.: Nesse caso, consideramos o vínculo institucional de todos os autores de trabalho, incluindo os coautores, tendo em vista os vários artigos que temos recebido no GP que congregam esforços de pesquisadores de diversas instituições que produzem textos de forma cooperada.
Fonte: Relatório do GT de 2013 (MALCHER; MARQUES).

Quadro 7 - Instituições e regiões representadas no GT, ano 2013, Outros países

Instituições	País
Centro REDES	Argentina
Universidad Nacional de San Martín	Argentina
Pontificia Universidad Javeriana	Colômbia
Universidad EAFIT	Colômbia
Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal)	Equador
Universidad Pompeu Fabra	Espanha
Universidad Nacional Autónoma de México	México
Universidad Católica Andrés Bello	Venezuela

Fonte: Relatório do GT de 2013 (MALCHER; MARQUES).

Com relação as temáticas mais recorrentes no ano, igualmente disponibilizadas no relatório, foi possível perceber a predominância de temas relacionados ao eixo tecnologias digitais, de modo especial para as redes sociais, como Facebook, e TV Digital no Brasil. Como nos demais anos, grande parte das discussões geradas pelos trabalhos ressaltam o desafio de pensar aspectos identitários, culturais e sociais da América Latina, a partir ou não das tecnologias digitais. Em 2013, tanto na primeira seção, quanto na última, discutiu-se bas-

tante sobre o desconhecimento teórico por parte das pesquisas brasileiras dos autores latino-americanos que discutem comunicação e a perspectiva da cultura e das tecnologias digitais a partir de cenários da região e não em uma perspectiva eurocêntrica (MALCHER; MARQUES, 2013, p. 1).

Nesse mesmo âmbito, debateu-se durante a realização das atividades no Grupo na Intercom a pertinência das teorias e metodologias empregadas nas pesquisas, que acabam trazendo uma dependência de produções estrangeiras sendo que desconhecemos as produções brasileiras e latinas de uma forma mais ampla. Essa perspectiva também foi abordada durante a fala do professor Eduardo Meditsch (UFSC), durante a mesa "Rádio, Cidadania e Novas Tecnologias na América Latina", realizada em conjunto com o GP de Rádio e Mídia sonora e que contou com a participação do professor Gabriel Kaplún (Universidad de la República - Uruguay), resultado de uma mesa conjunta com o GP de Rádio e Mídia Sonora. Igualmente, em 2013, os pesquisadores do Grupo também estiveram envolvidos em atividades conjuntas com o Cetic.br (do Comitê Gestor de Internet no Brasil), em relação a pesquisas sobre uso de Internet no Brasil (MALCHER; MARQUES, 2013, p. 2).

Desta forma, a perspectiva de estudar "Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina" pode ser dividida em três grandes eixos. A cultura e suas mais variadas formas de expressão ensejam cenários de rápidas e contínuas mudanças, quer dos temas, linguagens, formas, formatos ou conteúdos, trazendo novos dados

e contornos teórico-metodológicos aos estudos realizados. Quando amparada pelas tecnologias da informação e da comunicação desafia a compreensão das intersecções entre a mídia, tecnologias e as formas tradicionais de entendimento sobre o espaço-temporal em que acontecem. Também evidenciam singularidades e distinções para além dos estudos tradicionais, de forma a atender à complexidade do campo. As singularidades culturais observáveis entre o fazer e o ser adquirem novas preferências e padrões de consumo. Assim, a cultura, "que é parte de um modo de vida, mas não é idêntica a ele, enseja um processo tanto de descrição da formação de tradições como de reelaborações que compõem e recompõem as múltiplas" significações, legitimando as identidades locais e seus diálogos com outras formas de assimilações globais.

Por outro lado, as mediações e os espaços interativos enfatizam que os processos comunicacionais são capazes de gerar vinculações sociais, onde o virtual acrescenta um sentido compartilhado. As notícias concebem o ambiente de construção coletiva. A imprensa alternativa, principalmente a digital, tem o papel de viabilizar critérios de seleção e de construção do conhecimento que devem ser capazes de colocar a América Latina no cenário comunicacional. A comunicação popular faz a tarefa de dar voz e vez aos movimentos sociais e culturais, muitas vezes esquecidos pela indústria cultural tradicional. Pela Internet, os cidadãos participam das produções de notícias em uma prática que potencializa a reestruturação da esfera pública e o fortalecimento da

cidadania, sem desbancar o comunicador do seu papel mediador. Essas novas configurações desenham cidades virtuais e criam competências digitais trazendo múltiplas significações e buscando soluções para as implicações culturais oriundas dessas mudanças.

E finalmente, os suportes digitais ensejam novas formas de entender o processo comunicativo trazendo características peculiares que são potencializadas pela evolução das plataformas digitais, pela convergência de mídias e por novos formatos de transmissões, que despontam no cenário nacional, principalmente a partir do advento da TV Digital. Os novos espaços apontam para o amoldamento que será necessário na sociedade civil, nas políticas públicas e no mercado, distinguindo formas de configurar e redesenhar esse momento. Essas possibilidades evidenciam perspectivas factíveis, como a multiprogramação e a interatividade, a utilização de softwares abertos e a convergência de mídias, além de outras maneiras de promover a inclusão social e o desenvolvimento de uma sociedade mais colaborativa e justa. Possibilitarão também o entendimento sobre os processos que orientarão as múltiplas experiências e as influências na atuação de muitos profissionais da comunicação.

E esses são pontos fundamentais que observados nos trabalhos apresentados durante os 5 anos de encontros do Grupo, realizados anualmente durante os Congressos Nacionais da Intercom.

Considerações finais

Realizando uma análise, ainda que ampla, sobre o Grupo "Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina" é importante reforçar que algumas temáticas predominam nessa nova agenda comunicacional. Dentre eles destacamos a cultura. Decerto, que a questão da diversidade cultural não é um tema novo. Mas essa entra na pauta de discussões marcada pela presença da comunicação, no sentido de entender como os mídias, em seus múltiplos processos trabalham a construção das diferenças, voltando a atenção para as identidades que se afirmam e se fortalecem ante o processo comunicativo. "Focalizar a comunicação dentro da cultura é entrever o papel que ela joga na construção das identidades dos movimentos sociais, dos agrupamentos geracionais, das relações de gênero, das etnicidades, enfatizando um modelo segundo o qual, antes de tudo, comunica-se a cultura". É o desafio de "[...] fazer com que a comunicação assuma a tarefa de dissolver barreiras sociais e simbólicas, descentrando e desterritorializando as possibilidades no sentido da comunicação da cultura", com afirma o texto de abertura do congresso de 2000, disponível nos anais do evento.

Outro tema importante está relacionado com as Tecnologias da Informação e da Comunicação. Como bem afirma McLuhan em seu clássico livro *Understanding media*, "[...] toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo". A Intercom atenta às novas demandas acompanha as mudanças que estão

ocorrendo no país. Desta forma, cria possibilidades para que a comunidade acadêmica possa, através da pesquisa, antecipar o conhecimento sobre as potencialidades das mídias sociais, das tecnologias digitais, da multiplicidade de interfaces e de um novo perfil da comunicação que começou a ser desenhada na região.

Desta forma, é possível afirmar que são antigas as discussões sobre a consignação de parâmetros para o estabelecimento de uma Ciência da Comunicação. Porém, os problemas atualmente existentes na área persistem há várias décadas. Desde a escrita, passando por Gutenberg e chegando ao advento da Televisão Digital, novos formatos de comunicação foram criados e recriados, novas mídias foram e estão sendo desenvolvidas, com tecnologias capazes de permitir mudanças radicais na maneira de como se entende, usa e consome comunicação, mas os velhos problemas continuam em constantes 'listas de espera'. As novas descobertas tecnológicas trazem para o campo da pesquisa científica múltiplas possibilidades de contemplar os processos teóricos e as práticas sob a égide do desenvolvimento comunicacional. Mas para isso é necessário conhecer, entender, dimensionar e reconhecer os diferentes percursos metodológicos. Quer através de pressupostos teóricos ou em análises sobre as práticas, os estudos devem buscar o entendimento sobre o conceito "comunicacional" que se está tratando. E preciso utilizar métodos e metodologias para além de simples procedimentos técnicos. É necessário desvelar a competência para tratar dos objetos comunicativos na perspectiva dos próprios processos comunicacionais,

sem deixar de evidenciar as amplas interfaces da comunicação para abordar as "coisas" do mundo social.

Essas novas demandas não poderiam passar despercebidas pela Intercom, que aceita o desafio de instituir esses espaços, abrigando os pesquisadores. Os núcleos de pesquisa possibilitam uma nova dinâmica na entidade, vinculando pesquisadores com interesses comuns, "[...] referenciados por segmentos dotados de legitimação acadêmico-profissional ou que representam objetos demandando elucidação teórico-metodológica". Também possibilitou o conhecimento sobre as novas demandas do campo, "[...] potencializando o papel de vanguarda que corresponde a uma sociedade científica, desbravando e fazendo avançar as fronteiras do conhecimento" (RBCC, 2000, p. 203-211).

Esses resultados permitem aferir que a entidade tem atendido a comunidade científica no que se refere aos temas de estudos. A pluralidade de temáticas, o acolhimento das demandas das áreas das profissões consolidadas e aos temas emergentes têm se constituído como fator de primazia, que tem tornado a Intercom a entidade mais representativa na área da Comunicação, também em termos do número de trabalhos apresentados anualmente.

Embora tratar sobre a comunicação se constitui um desafio, no sentido de administrar múltiplas possibilidades, é necessário estar atento para enxergar a polaridade, sem delimitar fronteiras, mas visualizando os cenários e os atores que nele encenam diariamente seus cotidianos.

Os caminhos percorridos pela Intercom ensejam a coragem para aceitar mudanças, demonstram a luta

pela consolidação e sobrevivência de um campo multidisciplinar, permeado por muitas diferenças. Por outro, evidenciam que as possibilidades desbravadas têm estimulado a pesquisa e produzido alternativas capazes de permitir o entendimento da Comunicação como ciência. Também, as ações realizadas, as publicações, os encontros etc oficializam seus compromissos com os estudos em Comunicação de forma plural e ampla, em espaços muitas vezes adversos.

As contribuições observadas, a partir das análises realizadas, permitem afirmar que emerge desse grupo de pesquisadores atuantes processos que ampliam as percepções sobre a comunicação popular e democrática, caminhando para a definição de parâmetros para uma nova ordem da informação e da comunicação. Os princípios básicos da promoção e da defesa da pesquisa, além do fomento a investigação orientada para as mudanças sociais nos processos comunicativos, tão presentes na atualidade. Os espaços dos grupos de pesquisa da Intercom aglutinam pesquisadores em torno de temáticas emergentes e têm permitido que as investigações ocorram de forma articulada, com resultados que contemplam a diversidade comunicativa-midiática do Brasil.

Os desafios são inúmeros. A área está cercada por reptos que eclodem em cenários diversificados, necessitando de consolidação e legitimação. Os espaços nos centros articuladores de pesquisa, como a Intercom, oferecem a institucionalização necessária para que possamos intercambiar informações e contemplar as múltiplas especificidades, quer do campo ou da área. Faz-se necessário

e urgente que olhemos esses ambientes como centros aglutinadores, capazes de promover a discussão ampla, congregando características plurais e gerando produção de conhecimento hábil para alterar, substancialmente, as realidades comunicativas em nosso continente. É necessário definir teorias comunicativas próprias, incrementar a pesquisa, formar um quadro de cientistas sociais críticos e analíticos, que produzam conhecimento novo, capaz de erradicar a deficiência de um marco teórico-metodológico, que ainda assombra a área.

Esse acercamento entre o campo comunicacional, as indústrias midiáticas e a sociedade não somente ativado pelos trabalhos apresentados no GT Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, mas por todos os pesquisadores que anualmente enviam suas contribuições ao congresso nacional da Intercom devem possibilitar que todos sejam sujeitos das investigações, balizando referências conceituais que possam universalizar características e subsidiar políticas de comunicação que atendam às necessidades informativas em todos os âmbitos. São necessárias miradas mais globalizantes dos cenários mundiais, mas sem perder de foco as especificidades de nossa região. E isso a Intercom tem conseguido realizar, através de um determinismo que extrapola os guetos acadêmicos e as miradas pessoais, onde os resultados convergem para a amplitude que o processo da comunicação estabelece para ser efetivo.

Não poderia terminar esse texto sem registrar o reconhecimento às pessoas que possibilitam a criação e vêm construindo, ao longo do tempo, o espaço do GT Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina. O

agradecimento especial ao mestre e professor José Marques de Melo, um entusiasta dos estudos latino-americanos. A diretoria da Intercom, especialmente na figura da professora Marialva Barbosa, na época de criação do GT Diretora Científica da Entidade, que desde a primeira conversa demonstrou seu apoio para a criação do GT. Ao professor Osvando de Morais sempre disposto a divulgar as experiências que a Intercom vem realizando. As professoras Maria Ataide e a Jane que acolheram o desafio da continuidade. Aos colegas que aceitaram as provocações e mergulharam na loucura do desenvolvimento de um novo espaço de diálogo e que anualmente brindam todos os participantes do grupo com suas pesquisas. E finalmente para todos aqueles, que como eu, acreditam na riqueza da comunicação no âmbito da América Latina e depositam suas energias de pesquisa para demonstrarem como as múltiplas facetas comunicativas da região desenham um mapa singular, mas não exclusivo de perspectivas para a consolidação do campo comunicacional.

Referências

MALCHER, Maria Ataide; MARQUES, Jane. **Relatório 2013 do GT Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina**. Documento Interno. São Paulo: Intercom, 2013.

RBCC. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. *v. 23, n. 1. São Paulo: Intercom, 2000.*

5ª Parte

Interdisciplinaridades, Teorias e Dimensões Signicas

Capítulo 20

Comunicação e o debate sobre a liberdade de expressão

Maria Cristina Castilho Costa[1]

Histórico de uma pesquisa sobre a censura

Desde a década de 1980, a Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo tem a custódia de um grande acervo constituído por processos de censura prévia ao teatro em São Paulo cobrindo o período de 1930 a 1970. Trata-se de documentos originais oriundos do Serviço de Censura da Divisão de Diversões Públicas do Estado de São Paulo (DDP/SP), ligada à Secretaria de Segurança Pública, e que constituem o chamado Arquivo Miroel Silveira (AMS). Tal denominação se deve ao fato de ter sido esse professor

1. Professora Doutora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e coordenadora do GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão da Intercom.

o responsável pelo resgate dessa documentação quando a censura prévia estava prestes a ser extinta pela Constituição de 1988. Guardado inicialmente na sala de Miroel Silveira no Departamento de Artes Cênicas (CAC), o material foi entregue à guarda da Biblioteca após a morte do professor, em 1988, permanecendo sem qualquer tipo de organização que o disponibilizasse a consulta até o ano de 2000.

O Arquivo Miroel Silveira é composto por 6.137 prontuários de censura prévia ao teatro, cada um deles constituído de: solicitações de censura apresentadas pelos responsáveis pela encenação da peça, com indicação de local, data e nomes de autores, tradutores, adaptadores, diretores, atores e atrizes; certificados de autoria; recibos de pagamento de taxas; despachos, pareceres e marcações dos funcionários do Serviço de Censura, além do texto original da peça com indicações dos cortes feitos pelos censores. Trata-se de um conjunto de documentos cobrindo a Velha República; o Estado Novo e a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP); o período de redemocratização no pós-guerra; o desenvolvimentismo do período Juscelino Kubitscheck; o Golpe Militar e a promulgação do AI-5, até o início da década de 1970. A federalização da Censura e sua centralização em Brasília, ocorridas a partir da edição do AI-5 em 1968, acabaram por extinguir as seções estaduais.

Miroel Silveira conhecia bem a riqueza das informações existentes nesse acervo, pois foi, em parte, com base nele que pode realizar extensa pesquisa sobre o teatro

italiano em São Paulo, a qual acabou constituindo sua tese de doutoramento, intitulada *Comédia de costume no período ítalo-brasileiro: subsídio para o estudo da contribuição italiana ao nosso teatro*, posteriormente publicada[2]. Sensível à abundância de informações existentes nessa documentação, quer para a reconstrução da história do teatro em São Paulo e no Brasil, quer para entender os mecanismos e os critérios da Censura, um grupo de professores/pesquisadores, bibliotecários e alunos passou a se dedicar, inicialmente, à organização e à catalogação desse material, assim como à criação de uma base de dados que tornasse acessível aos interessados as informações históricas e estéticas do teatro paulista no século XX.

O primeiro projeto de pesquisa científica em torno do AMS, com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), intitulou-se *Arquivo Miroel Silveira: a censura em cena, organização e análise dos processos de censura teatral do Serviço de Censura do Departamento de Diversões Públicas do Estado de São Paulo*[3]. Esse projeto teve a duração de dois anos e meio, quando se procedeu a uma primeira

2. SILVEIRA, 1976.

3. Projeto de pesquisa científica *Arquivo Miroel Silveira: a censura em cena, organização e análise dos processos de censura teatral do Serviço de Censura do Departamento de Diversões Públicas do Estado de São Paulo*. Processo Fapesp 2002/07057-3. Coordenação: Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa. Duração: 2002 a 30 de junho de 2005.

organização das informações presentes nos processos de censura, gerando-se uma base de dados a partir da qual elas pudessem ser acessadas. Além disso, nessa primeira etapa, pesquisaram-se a origem colonial dos processos censórios no Brasil, a oficialização da censura no Império e sua transformação em instância burocrática a partir da República. Os resultados desses estudos foram publicados no livro *Censura em cena: teatro e censura no Brasil*[4], editado pela Edusp/Fapesp em 2006.

O desenvolvimento da pesquisa levou não só à reconstituição da história cultural e artística de São Paulo a partir de documentos originais, como também ao resgate da vida política e dos processos de repressão que sempre procuraram cercear a liberdade de expressão e a criação artística. Para divulgar os resultados, foram organizados seminários, incentivou-se a participação dos pesquisadores em congressos e idealizou-se a criação de um *site* na Internet, cujo endereço é <http://www.eca.usp.br/ams>. Por meio dele, todo interessado – aluno, pesquisador, professor, artista ou público em geral – pode ter acesso às informações retiradas dos processos censórios, bem como aos trechos censurados. É ainda objetivo do *site* possibilitar ao usuário verificar por si só os critérios, os atos e as consequências do policiamento sobre a arte e a cultura.

A riqueza da documentação, a variedade das informações e a interdisciplinaridade do projeto acabaram

4. COSTA, 2006.

exigindo a ampliação da pesquisa e a inclusão de novos pesquisadores. Professores e alunos de diversas áreas começavam a se interessar pelo Arquivo e pelo que ele trazia de dados sobre a vida política, social e cultural de São Paulo e do Brasil. Da mesma forma, o volume de documentos exigia espaço e tratamento mais adequados para que se procedesse à higienização e à recuperação material dos processos. Foi assim que surgiu o Projeto Temático apoiado pela Fapesp *A cena paulista: um estudo da produção cultural de São Paulo, de 1930 a 1970, a partir do Arquivo Miroel Silveira da ECA-USP*[5], com duração de março de 2005 a junho de 2009.

O principal objetivo do projeto foi pesquisar a censura e suas repercussões na produção artística, as formas de sujeição dos artistas aos interesses do Estado, assim como os métodos utilizados, as rotinas burocráticas, os critérios e as justificativas do Serviço de Censura. Foi analisada a cumplicidade e a conivência da sociedade em relação ao cerceamento da expressão artística, bem como a autocensura resultante do uso recorrente da censura prévia às artes. Foram averiguadas também as diferentes formas de resistência exercidas pelos diretores, produtores e autores teatrais em reação ao cerceamento

5. Projeto temático *A cena paulista: um estudo da produção cultural de São Paulo de 1930 a 1970, a partir do Arquivo Miroel Silveira.* Coordenação: Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa. Professoras Pesquisadoras: Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes e Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino. Processo Fapesp 04/14034-5. Duração: março de 2005 a junho de 2009.

da liberdade de expressão promovida pelo Estado. Mudança dos títulos das peças, reiteradas apresentações da obra ao Serviço de Censura, apelo às relações pessoais dos artistas com personagens influentes da vida política e cultural, disfarce dos trechos mais críticos nos ensaios gerais, uso de improvisações e "cacos" nas encenações – eis algumas das artimanhas dos artistas e comunicadores para driblar a Censura.

Encerrado esse primeiro Projeto Temático, nova proposta foi apresentada e aprovada pela Fapesp. Intitulado *Comunicação e censura: análise teórica e documental de processos censórios a partir do Arquivo Miroel Silveira da Biblioteca da ECA/USP*, esse segundo Projeto Temático teve início em agosto de 2009[6] e contou com duas principais vertentes de trabalho: 1) atividades de gerenciamento de informações, relacionadas à conservação e à digitalização de documentos, reestruturação da base de dados e checagem da consistência de dados, bem como ao aperfeiçoamento/remodelagem do *website* do projeto (http://npcc.vitis.uspnet.usp.br/), tarefas importantes para a divulgação de informações e para o acesso de interessados às pesquisas desenvolvidas; e 2) atividades de

6. Projeto Temático *Comunicação e censura: análise teórica e documental de processos censórios a partir do Arquivo Miroel Silveira da Biblioteca da ECA/USP.* Coordenação: Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa. Professoras pesquisadoras: Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes e Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino. *Processo Fapesp 2008/56709-0. Duração: agosto de 2009 a julho de 2013.*

pesquisa teórica divididas em diferentes eixos temáticos de pesquisa que tinham por objetivo o estudo da censura na atualidade, a análise dos sistemas de classificação indicativa, a reflexão sobre a censura nas empresas e nas relações de trabalho, entre outros focos.

O projeto chegou ao seu término em janeiro de 2014 e, ao longo de sua realização, acabou dando ensejo a novas iniciativas envolvendo a pesquisa sobre os temas da comunicação, liberdade de expressão e censura. Durante esses quatorze anos de pesquisa, o grupo reunido em torno do Arquivo Miroel Silveira realizou seminários nacionais e internacionais, publicou dezenas de livros, formou mestres e doutores, produziu pós-doutoramentos e tornou-se referência nos estudos sobre a censura. Dentre essas inúmeras atividades, a participação nos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) foi uma constante e o número de pesquisadores envolvidos com o tema levou-nos a propor a criação de um GP que reunisse os já numerosos estudiosos da censura e defensores da liberdade de expressão.

É importante ressaltar que, ao longo desse tempo, o tema da censura – que, no início do século XXI, parecia tão espinhoso – foi se tornando cada dia mais importante, chegando mesmo a constituir manchete dos meios de comunicação e tema de diversos programas jornalísticos no rádio e na televisão. Assim, a história do grupo de pesquisadores reunidos na Escola de Comunicações e Artes da USP convergia para a história da política, tornando cada vez mais necessária e oportuna uma discussão científica e procedente sobre a liberda-

de de expressão. Tudo isso reforçava nossa proposta de criação de um grupo de pesquisa que oferecesse espaço aos interessados nesse assunto.

Grupo de Pesquisa na Intercom

Como dissemos acima, a censura sempre fora um assunto espinhoso para os pesquisadores em comunicações, pois, quando a censura oficial ainda era permitida pela Constituição, parecia impossível tratar do tema e mais difícil ainda conseguir subsídios para sua realização. Com o fim da censura oficial pela Constituição aprovada em 1988, tinha-se a impressão de que falar de censura era retomar o passado, os duros anos da ditadura. A proximidade temporal com a atuação dos órgãos censórios também não estimulava discussões mais profundas. Assim, eram poucos os interessados em esmiuçar o tema. Mas, à medida que o tempo passava (e ele passou bastante veloz!), substituindo os mecanismos oficiais de censura estatal, começavam a aparecer outros recursos indiretos que cerceavam a liberdade de expressão.

Entre eles, podemos apontar as dificuldades financeiras cada vez maiores que enfrentam comunicadores e artistas para realizar seu trabalho. Para se fazer um espetáculo artístico, nas últimas décadas, necessita-se de muito mais recursos financeiros do que na época da ditadura militar. Isso faz com que artistas e produtores dependam de patrocínio ou de financiamento por parte

do Estado. Por outro lado, as leis de incentivo à cultura, em nível municipal, estadual e federal, tiraram das secretarias da cultura a responsabilidade pelo estímulo às artes e aos grupos que, tendo uma proposta menos comercial, não conseguem recursos para viabilizar seus projetos. Dependendo do aval das empresas patrocinadoras, tais iniciativas passam a ser emudecidas pela conjuntura econômico-política dos novos tempos.

Ao mesmo tempo, outros recursos ainda passaram a ser usados de forma indireta como forma de censura aos comunicadores e artistas. Os processos judiciais que interessados podem instaurar penalizando propostas e atitudes críticas como "calúnia ou difamação" alimentam o que é conhecido hoje como censura togada, ou seja, aquela que é possibilitada pelo poder judiciário. A organização e fortalecimento de grupos sociais representativos de minorias também têm levado a uma série de inibições das possibilidades críticas por parte de comunicadores e artistas. Em nome da defesa de grupos etários, étnicos e raciais, policiam-se manifestações e espetáculos. E, como no auge da repressão censória, a defesa da "moral e dos bons costumes" leva à proibição tácita de trabalhos artísticos e jornalísticos, instaurando-se a imposição de julgamentos "politicamente corretos", muitos dos quais sem qualquer consistência e fidedignidade. Pressionados por todos esses mecanismos de interferência e monitoramento, os artistas e comunicadores se vêm, mesmo numa propalada época de liberdade de expressão, levados a uma autocensura, muitas vezes, ainda mais mordaz do que na época de governos ditatoriais.

Toda essa conjuntura foi fazendo do tema censura/liberdade de expressão um assunto caro a jornalistas, artistas e demais profissionais das mídias. O desenvolvimento tecnológico e dos meios de comunicação, possibilitando a interatividade, a troca de mensagens por redes sociais e uma cada vez mais efetiva participação do público, colocam em cheque as liberdades preconizadas pelos veículos de comunicação. Foi nessa conjuntura que o objeto de pesquisa do grupo formado a partir do Arquivo Miroel Silveira da ECA-USP foi adquirindo nova dimensão e importância, levando à proposição de criação de um GP junto à Intercom destinado à sistematização, debate e mapeamento do tema.

Incluído em 2012 na DT8 – Estudos interdisciplinares da Comunicação, da Intercom, o Grupo de Pesquisa *Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão* tem foco no estudo da liberdade de expressão e da censura às artes e aos meios de comunicação de um ponto de vista histórico ou de análise da atualidade. Fazem parte dessa perspectiva: 1) pesquisas que, tendo por base a análise documental de processos censórios, a observação da realidade, a opinião pública, registros e testemunhos, coloquem em discussão as possibilidades, os entraves, os recursos e a legislação relativa à liberdade de expressão; 2) trabalhos que mostrem os processos de resistência dos artistas e dos comunicadores ao cerceamento da liberdade de expressão; 3) análises que, baseadas nas teorias da comunicação, discutam conceitualmente a liberdade de expressão e a censura; 4) textos que abordem a liberdade de expressão nos diferentes veículos de

comunicação, tais como rádio, televisão, cinema e mídias digitais; 5) análises que focalizem os processos de recepção, a resposta do público aos processos censórios, bem como ações em favor da liberdade de expressão; 6) estudos que enfoquem a autocensura em diferentes formas de produção midiática; 7) análises de processos como a classificação indicativa frente ao direito de liberdade de expressão garantido constitucionalmente; 8) questionamento sobre meios diretos, indiretos, estatais e privados de cerceamento à liberdade de expressão; 9) investigação de processos judiciais que interfiram ou tenham relação direta com o direito constitucional à liberdade de expressão; 10) levantamento de critérios como moralidade, segurança pública, direito de imagem e integridade pessoal como justificativas para o controle da produção midiática; 11) estudo dos processos de transformação histórica dos mecanismos de controle públicos e privados da comunicação; e 12) artigos que tenham como tema a relação entre liberdade de expressão e globalização dos meios de comunicação.

Com dois anos de atuação, o GP tem reunido pesquisadores em diferentes níveis de inserção na vida acadêmica, das mais diferentes regiões do país, e desenvolvido uma metodologia tão inovadora quanto interdisciplinar. Tem atraído, inclusive, pesquisadores estrangeiros que se dispõem a trazer novas abordagens para o estudo desse objeto. Vamos analisar agora como se desenvolveram teoricamente os estudos e as atividades de pesquisa, amadurecendo uma interpretação científica do tema em foco.

Suporte teórico da pesquisa

Ao longo dos anos de pesquisa, o grupo de pesquisadores reunidos em torno dessa matéria – liberdade de expressão e censura – enfrentou o desafio de conduzir a interpretação científica do próprio sistema de censura que ia sendo desvendado. Descobrir os trâmites da repressão, alguns expressos na documentação do Arquivo Miroel Silveira e outros inferidos dos despachos e das relações estabelecidas entre artistas e autoridades, possibilitou a condução do que Nuno Porto chama de "etnografia do arquivo". Esta se assenta "nas anotações relativas a correspondências, analogias, regularidades, remissões, que o arquivo disponibiliza"[7]. Amparado em Jacques Derrida, ele reconhece na sistemática dos arquivos "a gestão de uma economia de informação controlada". No caso do Arquivo Miroel Silveira, essa gestão implicava também em uma política cultural e artística promovida pelo Estado.

Para os bons resultados das pesquisas, inicialmente concentradas no estudo do teatro paulista, foram empregadas diferentes fontes teóricas. Para a reconstituição da história política e cultural de São Paulo e do Brasil, recorreu-se a Nicolau Sevcenko[8] e Maria Arminda Arruda[9], além de David José Lessa Mattos[10], que forneceram as bases sobre o despertar econômico, político e cultural da metrópole e

7. PORTO, 2007, p.127.
8. SEVCENKO, 1998.
9. ARRUDA, 2001.
10. MATTOS, 2002.

sobre a mentalidade da época. Para os estudos da produção artística de São Paulo na primeira metade do século XX, em especial o desenvolvimento do teatro, buscaram-se as obras de Décio de Almeida Prado[11], Sábato Magaldi[12] e Maria Thereza Vargas[13]. Maria Aparecida de Aquino[14], Élio Gaspari[15] e Caio Túlio Costa[16] também deram subsídios para os estudos da repressão no Brasil, assim como Ricardo Cravo Albin[17], com seu trabalho sobre os processos de revisão de censura, apresentados à Comissão Superior de Censura, da qual participou. Outros autores que estudaram a censura na literatura e em outras áreas da vida social foram de especial importância, dentre eles, Leila Mezan Algranti[18], Eduardo Frieiro[19] e Sandra Reimão[20].

Da bibliografia estrangeira empregada, destacam-se Pierre Bourdieu[21], por seus estudos sobre as relações de

11. PRADO, 1999; 1997.
12. MAGALDI, 1962.
13. VARGAS, 1980.
14. AQUINO, 1999.
15. GASPARI, 2002.
16. COSTA, 2003.
17. ALBIN, 2002.
18. ALGRANTI, 2004.
19. FRIEIRO, 1981.
20. REIMÃO, 2012.
21. BOURDIEU, 1996.

poder na comunicação, e Peter Burke[22], que reconstitui a história social da mídia, com referência aos processos censórios. Textos de Michel Foucault[23] e Robert Darnton[24] foram de grande importância para revelar o tratamento dado na França aos estudos sobre a censura. Martin Gottfried[25] trouxe contribuições para o entendimento do teatro engajado norte-americano e a ação repressiva da censura, especialmente a comercial e financeira. Biografias, manifestos e depoimentos de artistas que viveram a censura e a repressão, no Brasil e no exterior, como Gianfrancesco Guarnieri[26] e Heiner Müller[27], contribuíram destacadamente.

Pensadores contemporâneos emprestaram preceitos teóricos que auxiliaram no estabelecimento de um conceito da censura atual. Mayra Rodrigues Gomes[28], Roseli Fígaro Paulino[29] e Maria Cristina Castilho Costa[30], como pesquisadoras principais do grupo de pesquisa reunido

22. BURKE, 2003.
23. FOUCAULT, 1987.
24. DARNTON, 1998.
25. GOTTFRIED, 1970.
26. GUARNIERI, 2006, p. 20.
27. MULLER, 1997.
28. GOMES, 2013.
29. FIGARO, 2011.
30. COSTA, 2006; 2010.

em torno do Projeto Temático, também representaram contribuições importantes.

Breve história sobre a censura

A censura, como ato de interdição à livre expressão, é elemento intrínseco à vida coletiva e tem sua origem em dois elementos básicos da cultura humana, a saber: *a relação dialética entre a subjetividade e a cultura*, e a ideia do *signo como criador de realidades*. No que diz respeito à primeira ideia, ela remete à percepção de que a experiência de vida, os valores, os desejos, as necessidades e o posicionamento ideológico constituem algo que nos distingue dos demais, como indivíduos e sujeitos, e que é diverso da cultura coletiva que nos envolve. Assim, a subjetividade, tão bem estudada por Jean Paul Sartre[31] e Gaston Bachelard[32], entre outros, sendo parte de cada ser, é também aquilo que o diferencia e, de certa maneira, o distingue do conjunto da cultura, da opinião pública, do coletivo. O estranhamento existente entre o *eu* e os *outros* é um paradoxo da existência na cultura, pois, ao mesmo tempo em que os diferentes sujeitos fazem parte dela, eles distinguem-se do todo por sua identidade individual e pessoal. Como disse P. L. Berger: "A condição do homem em sociedade se assemelha à do

31. SARTRE, 1996.

32. BACHELARD, 2000.

aprendiz de feiticeiro: ele cria suas próprias realidades que, uma vez criadas, cooptam e impelem constantemente seu criador"[33].

A cultura[34], portanto, é o meio pelo qual as forças sociais se tornam perceptíveis[35], fazendo com que cada ser tome consciência de que constitui não só uma individualidade, mas, também, de que é membro de um grupo que age e pensa de forma recíproca, inteligível e, também, divergente.

Lévy Strauss procurou estudar os padrões vigentes em diversas sociedades e as diferenças existentes entre grupos e indivíduos, buscando entender como as relações sociais constituídas correspondem a formas de produção simbólica como os mitos e a linguagem. Foi um dos autores a perceber a cultura como um sistema de trocas no interior de uma totalidade dividida em diferentes segmentos. Sobre as relações que se estabelecem entre eles e a forma como negociam posições, utilizando uma metáfora, ele explica:

33. AZCONA, 1993, p. 17.

34. Não se refere aqui ao conceito de cultura que remete ao conjunto de informações de caráter abstrato e ilustrado, nem ao sentido dado por autores alemães, segundo o qual cultura se confunde com civilização. Refere-se ao conceito antropológico de cultura, como o conjunto material e imaterial da produção humana de um grupo em determinada época e lugar, que formata a vida coletiva e a inserção dos membros na sociedade.

35. AZCONA, op. cit., p. 17.

> De início, o homem é semelhante a um jogador, que toma nas mãos, quando se senta à mesa, cartas que não inventou, já que o jogo de cartas é um *dado* da história e da civilização. Em segundo lugar, cada repartição de cartas resulta de uma distribuição contingente entre os jogadores e se faz sem que eles o percebam. Há mãos aceitas passivamente, mas que cada sociedade, como cada jogador, interpreta nos termos de vários sistemas, que podem ser comuns ou particulares: regras de um jogo ou regras de uma tática. E é bem sabido que, com a mesma mão, jogadores diferentes não farão a mesma partida, se bem que não possam, constrangidos também pelas regras, com outra qualquer, fazer qualquer partida.[36]

Esse constrangimento entre o indivíduo e a coletividade, entre subjetividade e cultura, leva a pensar a censura como intrínseca à vida coletiva e à formação de sociedades homogêneas ou complexas. A censura resulta justamente dessa restrição à plena expressão de ideias, valores, sentimentos e mensagens que imprimem uma postura particular de ser e existir. Porém, o exercício ou as práticas das restrições ao diferente, ao destoante, ao divergente, não se dão apenas pelo conflito do "eu" em relação ao "outro", mas, também, como resultado da desigual distribuição de poder na sociedade, que garante a determinados grupos o direito de legitimar, difundir ou tornar dominante uma determinada visão de mundo.

36. LÉVY-STRAUSS, 1970, p. 119.

Podendo legitimar certa forma de pensar como sendo a válida, a correta e a desejável, um grupo no poder transforma seus valores e ideias em pensamento hegemônico na sociedade, presente nas instituições religiosas e políticas, na arte, na educação e na vida cotidiana. Exercendo, através da força e de mecanismos coercitivos, essa hegemonia simbólica sobre a sociedade, o grupo que detém o poder imprime à cultura uma falsa ideia de convergência, harmonia e unanimidade ideológica. Entramos, então, no campo da produção ideológica, tão bem analisada por Karl Marx[37] quando propõe a relação de causalidade entre relações e produção material e produção simbólica. Muitos de seus seguidores, como Lucien Goldmann[38] e Mikhail Bakhtin[39], desenvolveram pesquisas nas quais estudam a ideologia expressa na linguagem e na produção artística. A força hegemônica do pensamento dominante confronta-se com formas dissidentes e críticas, gerando processos censórios pelos quais se pretende excluir qualquer divergência ou conflito em torno de concepções de mundo e das formas como estas se manifestam no campo simbólico.

A cultura deve ser entendida, assim, não como uma uniformidade de valores, ideias e propostas, mas como o equilíbrio instável de conjuntos ideológicos que se opõem e disputam o poder, através do qual se afirmam como pensamento dominante. Entre os mecanismos he-

37. MARX, 2007.

38. GOLDMANN, 1976.

39. BAKHTIN, 1993.

gemônicos, está a censura, que coíbe, limita ou exclui a oposição, a crítica e a divergência, e cuja ação se processa nos mais diferentes níveis da vida social, das relações interpessoais à legislação vigente. Portanto, a censura não se limita ao confronto de ideias ou à divergência ideológica, mas aos mecanismos de coerção estabelecidos pelo poder, a partir dos quais se pretende controlar toda oposição e dissidência ao sistema de poder estabelecido.

A censura ao signo e à linguagem

Outra questão relevante da relação entre censura e cultura envolve o signo e a linguagem como elementos de construção cultural e de estabelecimento de trocas simbólicas. É no campo da comunicação e da linguagem que as diferentes visões de mundo se confrontam, como aponta Foucault:

> O homem, para as ciências humanas, não é esse ser vivo que tem uma forma bem peculiar (uma fisiologia bastante especial e uma autonomia quase única); é esse ser vivo que, do interior da vida à qual pertence inteiramente e pela qual é atravessado em todo o seu ser, constitui representações graças às quais ele vive e a partir das quais detém esta estranha capacidade de poder se representar justamente a vida.[40]

40. FOUCAULT, 1981, p. 369.

De forma dialética, é a linguagem que possibilita o desenvolvimento da identidade individual e, ao mesmo tempo, padroniza a forma de pensar por meio de determinados sistemas simbólicos. Desse modo, a linguagem, ao mesmo tempo em que possibilita e estimula o diálogo, a troca simbólica e a pluralidade, homogeneíza as mensagens e as conforma. O sociolinguista Basil Bernstein afirma:

> A forma específica que assume a relação social atua seletivamente sobre o que é dito, quando é dito e como é dito. A forma da relação social regula as opções feitas pelos locutores em ambos os níveis, sintático e léxico. Por exemplo, se um adulto fala com uma criança, ambos, ou um deles, utilizarão uma linguagem em que tanto a construção das frases quanto o vocabulário são simples. Em outros termos, as consequências da forma assumida pela relação social são transmitidas, frequentemente, em termos de relações léxicas e sintáticas.[41]

Bernstein mostra que a estrutura social organizada envolve uma série de trocas linguísticas pelas quais os sujeitos envolvidos reafirmam suas posições e mostram-se aptos a interagir verbalmente conforme as expectativas sociais. Assim, as relações estabelecidas entre os elementos organizacionais e sistêmicos da sociedade e as

41. BERNSTEIN, 1977, p. 91.

formas de comunicação começam a ser objetos de análise e estudo. Bernstein identifica dois tipos diferentes de códigos de comunicação linguística: os *códigos restritos*, que dizem respeito a formas expressivas impessoais, formais, padronizadas e previsíveis; e os *códigos elaborados* adaptados a situações sociais específicas, complexas e não previsíveis. Uma aula, um sermão ou mesmo um discurso enquadram-se nessa última categoria.

Mesmo que determinada ideia ou interpretação de fatos não seja a mesma para todos os membros do grupo, sabe-se que ela serve de referência para a formação das opiniões individuais. Essa é a hipótese de John e Matilde Riley quando procuram mostrar a importância dos *grupos de referência* na formação da opinião dos indivíduos. Dizem eles:

> Não apenas os grupos fornecem um "standard" em referência ao qual o indivíduo pode avaliar a si mesmo e aos outros; de uma forma muito mais importante, sua família, sua comunidade, seus companheiros de trabalho – todos os seus grupos "primários" significativos – mostram-lhe seus valores e os ajustam com os deles.[42]

Portanto, a censura está também no cerne da linguagem e da conformação que ela processa nos processos cognitivos. Adaptar-se a uma cultura, a uma sociedade e a um idioma implica em perda de autonomia e em

42. RILEY & RILEY, 1977, p.127.

censura em relação aos anseios individuais de expressão de uma identidade pessoal ou de uma individualidade. Por isso, o estudo da censura exige a análise da linguagem e de como ela atua na sociedade, exige o desvendamento das estruturas de poder inerentes às próprias linguagens. Como afirma McLuhan:

> O alfabeto significou o poder, a autoridade e o controle das estruturas militares, à distância. Quando combinado com o papiro, o alfabeto decretou o fim das burocracias templárias estacionárias e dos monopólios sacerdotais do conhecimento e do poder.[43]

Assim, a censura implica no conflito entre indivíduo e sociedade e a dialética relação que se estabelece entre expressão individual e coletiva, entre poder e conformação, entre apropriar-se da linguagem ou a ela submeter-se. Como define Eni Puccinelli Orlandi:

> Em uma conjuntura dada, as formações discursivas determinam "o que pode e deve ser dito"... A censura estabelece um jogo de relações de força pelo qual ela configura, de forma localizada, o que, do dizível, não deve (não pode) ser dito quando o sujeito fala.[44]

43. MCLUHAN, 1971, p. 101.

44. ORLANDI, 1995, p.78.

Porém, se a linguagem em si mesma é coercitiva das formas de pensar e representar a realidade e pensá-la, o desenvolvimento dos meios de comunicação e a revolução tecnológica foram responsáveis por linguagens ainda mais dominantes e manipuladoras.

Manipulação midiática como censura

Uma das teorias a avaliar a importância dos meios de comunicação em sua influência sobre o comportamento coletivo foi a da Escola de Frankfurt, que, através da Teoria Crítica, denunciava o caráter ideológico das mensagens que transitavam pelos meios de comunicação. Baseada nos conceitos de alienação e ideologia desenvolvidos por Karl Marx, elabora uma crítica à hegemonia crescente da circulação de mercadorias e à impossibilidade de o homem se reconhecer num mundo de produção e consumo. Pessimistas em relação à sociedade em que viviam e que se precipitava no obscurantismo nazista, os frankfurtianos desacreditavam da capacidade humana de perceber a realidade concreta e agir sobre ela.

Como consequência das análises desenvolvidas para mostrar como os meios de comunicação de massa participavam do processo de alienação humana, os frankfurtianos criaram o conceito de *indústria cultural*, que veio a substituir o de *cultura de massa*. Para eles, o conceito significava a produção simbólica programada para

tornar imutável a atitude passiva do público submetido aos *mass media*. Há uma denúncia do caráter comercial e mercantil dos meios de comunicação, contaminados, desde sua origem, pelo princípio do lucro.

Os frankfurtianos reconhecem a lógica racional existente na base da produção simbólica da modernidade e o objetivo explícito de levar as audiências ao conformismo. Diz Adorno:

> As ideias de ordem que ela (indústria cultural) inculca são sempre as do *status quo*. Elas são aceitas sem objeção, sem análise, renunciando à dialética, mesmo quando elas não pertencem substancialmente a nenhum daqueles que estão sob sua influência. O imperativo categórico da indústria cultural, [...] nada tem em comum com a liberdade.[45]

A indústria cultural – segundo Theodor Adorno, Walter Benjamin, Herbert Marcuse e Max Horkheimer – é responsável pela passividade do público, pelo seu conformismo comportamental, pela regressão que detectam na qualidade de informação e de consumo simbólico de sua época.

> [...] na América podemos ouvir da boca dos produtores cínicos que seus filmes devem dar conta do nível intelectual de uma criança de

45. ADORNO, 1977, p. 293.

> onze anos. Fazendo isso, eles se sentem sempre mais incitados a fazer de um adulto uma criança de onze anos.[46]

Outras abordagens teóricas das Ciências da Comunicação vieram relativizar as críticas contundentes dos frankfurtianos à indústria cultural. Os Estudos Culturais, desenvolvidos inicialmente na Inglaterra, valorizaram o papel da cultura na recepção de mensagens, mostrando que não existe uma recepção massiva homogênea e que cada mensagem passa pelo crivo da audiência, entendida como composta pelos portadores da estrutura básica de valores, memória, mentalidade e identidade de um grupo. Assim, um mesmo produto simbólico, seja uma notícia, um filme ou um programa de televisão, é recebido por um determinado grupo de acordo com os padrões interpretativos de sua cultura. Também as teorias das mediações mostram que diversos elementos intervêm na percepção e interpretação de um produto simbólico, desde processos tecnológicos até particularidades relativas à geração, referências, formação e crenças dos componentes de uma dada audiência.

Entretanto, mesmo discordando do radicalismo da Teoria Crítica, os Estudos Culturais apontam para a existência de mecanismos conformativos na produção cultural contemporânea, advindos especialmente da forma de produção simbólica industrial e tecnológica.

46. Idem, p. 294.

O poder e legitimidade de diferentes visões de mundo no interior da cultura vinculam-se, portanto, ao acesso aos meios de produção e divulgação simbólica.

Censura e aparelho de Estado

Nossa postura em torno da censura parte do reconhecimento de que ela é intrínseca à sociedade, às relações conflituosas entre subjetividade e cultura, à luta pelo poder entre grupos sociais, através da legitimação de determinada construção ideológica daquele que ocupa o poder e a torna hegemônica. Tal preocupação quanto a essa hegemonia ideológica implicou na criação de mecanismos coercitivos e repressores sobre qualquer atitude destoante ou crítica em relação ao que está estabelecido.

Os primeiros mecanismos instituídos e oficiais de censura, entretanto, não foram criados pelos Estados laicos, mas sim, pela Igreja Católica numa tentativa de coibir heresias e impedir o alastramento do movimento contrarreformista. Para isso, foram criados os tribunais da Inquisição e organizadas as Mesas Censórias. Como relata Ricardo Palma[47], a Inquisição – nas metrópoles europeias, assim como nas colônias americanas – era uma complexa instituição com funcionários, recursos financeiros, cronograma e julgamentos que se tornaram verdadeiros espetáculos públicos em que os suspeitos

47. PALMA, 1992.

eram julgados, condenados e até mesmo executados em frente a uma turba delirante. Através dos documentos, os Autos da Inquisição, podemos entender como a Censura se instala como força intrínseca ao poder.

Foi inspirado nessa experiência eclesiástica, mas nada religiosa, que os Estados nacionais passaram a instaurar mecanismos semelhantes, capazes de perseguir artistas e intelectuais de oposição. Assim, vemos na história do Ocidente, durante as monarquias, serem perseguidos os republicanos; durante as repúblicas, serem perseguidos os socialistas; durante os regimes socialistas, serem controlados os liberais; e, no século XX, durante a chamada Guerra Fria Cultural[48], opondo socialistas a liberais, essas doutrinas rivais perseguirem, calarem e reprimirem mutuamente seus inimigos. Com isso, vemos que foi o Estado Nacional que instaurou os mecanismos de censura estatal e burocrática que funcionaram com maior ou menor intensidade desde o século XVI até o XX.

À medida que se desenvolveram os meios de comunicação de massa, intensificaram-se os recursos censórios organizados e mantidos pelo Estado, especialmente em

48. Guerra Fria Cultural é o nome dado à oposição existente entre países socialistas e capitalistas, mais notadamente entre a União Soviética e os Estados Unidos da América, mas não se restringindo a eles, a qual promovia a perseguição a escritores, filósofos, intelectuais, comunicadores e artistas considerados de oposição ao regime vigente. A Guerra fria Cultural pode ser compreendida entre o fim da Segunda Guerra Mundial e a falência da União Soviética (SAUNDERS, 2008).

períodos ditatoriais, nos quais diferentes formas de repressão e restrição à liberdade de expressão foram criadas e postas em funcionamento. A arbitrariedade, a cotidianidade, a força repressiva desses órgãos censórios, em especial durante períodos ditatoriais, fazem pensar que, em períodos de vida constitucional legítima, tais métodos de controle da crítica e da propagação de ideias tidas como revolucionárias não tenham operado. Nossas pesquisas mostram que, ao contrário, países como o Brasil, que conheceram os rígidos laços do colonialismo, tiveram censura durante quase toda a sua história.

Para esclarecer pontos como esse e evidenciar que há períodos históricos nos quais se convive quase compassivamente com órgãos e medidas repressoras, é que optamos por divulgar os documentos analisados, especialmente os do Arquivo Miroel Silveira, através de *site* na Internet. É nosso objetivo mostrar que a Censura censura a si mesma, tornando-se quase imperceptível. Também é nosso intuito mostrar que, na segunda metade do século XX, com a extinção constitucional dos órgãos estatais de censura, esta não deixou de existir – foi substituída por recursos plurais, difusos e indiretos de restrição à liberdade de expressão.

Concluindo: a censura na atualidade

Sabemos que o desenvolvimento tecnológico e a globalização tornaram ainda mais complexo o cenário que

envolve a censura e a liberdade de expressão – por um lado, multiplicaram-se os veículos de comunicação e seu potencial informador; mas, por outro lado, surgem, dia a dia, novas formas de interdição. A censura não se exerce mais dentro das fronteiras de uma nação, mas em um espaço internacional e planetário, no qual se torna difícil precisar o tempo e o espaço. Não obstante, recrudescem as notícias sobre formas de censura, cada vez menos tradicionais e mais peculiares, embora não menos perigosas. Vejamos: charges com a imagem do profeta Maomé, publicadas no *Jyllands-Posten*, na Dinamarca, provocaram grande comoção quando apresentadas na rede de televisão árabe Al-Jazeera, em 2006. Consideradas sacrílegas pelos árabes, resultaram em ameaças feitas aos jornais e redatores ocidentais que as divulgassem.

Também produções audiovisuais têm gerado controvérsia. *A inocência dos Muçulmanos*, vídeo anti-islâmico publicado na Internet, provocou grande manifestação por parte da mídia e muitos protestos por parte dos muçulmanos que o consideram antiárabe. O diretor iraniano Jafar Panahi, responsável por diversos filmes de caráter político e social, foi condenado a seis anos de prisão, sendo também proibido de filmar por vinte anos. Foi filmado por um colega, em sua residência, em contundente depoimento sobre sua situação. Esse material, compondo o filme *Isto não é um filme*, saiu do Irã em um *pen drive* e foi apresentado no Festival de Cannes, em 2011.

Outros conflitos envolvendo diferentes países têm ocorrido, tendo a liberdade de expressão e a censura como principal questionamento. A prisão e asilo político na

Embaixada do Equador do responsável pelo site *Wikileaks*, em 2011, o australiano Julian Assange, acusado de assédio sexual a jovens suecas, expõe os recursos internacionais de censura que vigoram no aparentemente livre espaço da Internet. Ele é tido como o grande responsável pelo "vazamento" de documentos sigilosos do exército norte-americano publicados na rede mundial de computadores.

No Brasil, diversos exemplos mostram que a censura subsiste de forma indireta, disfarçada por outros recursos como processos judiciais contra difamação, ausência de apoio financeiro para jornais, revistas ou produções artísticas inconvenientes, ou simplesmente o silêncio em torno deles. Nessa linha, estão a censura à biografia *Roberto Carlos em Detalhes*, de autoria de Paulo César de Araújo, publicada pela Editora Record, em 2002, e a proibição ao jornal *O Estado de S. Paulo* de publicar qualquer notícia sobre supostas irregularidades praticadas pelo empresário Fernando Sarney, em 2009. A proibição do uso do nome *Falha de S. Paulo* pelos jornalistas Lino e Mário Bocchini em seu *blog*, sob acusação de uso indevido da marca *Folha de S. Paulo*, em 2013, é outra prova recente de interdição. De fato, proibia-se a crítica irônica feita pelos blogueiros a esse jornal da grande imprensa.

As pesquisas levadas a efeito pelo grupo de pesquisadores formado a partir do estudo dos documentos do Arquivo Miroel Silveira mostram que as interdições ao direito à liberdade de expressão são reclamadas principalmente por aqueles que fazem uso da palavra, que costumam ser ouvidos ou que – por hábito ou especificidade de suas profissões – expressam suas opiniões. Professores, jornalistas, artistas em geral, escritores,

editores, produtores culturais são os que se mobilizam em defesa da liberdade de expressão. Essa constatação abre os olhos dos pesquisadores para a importância de se difundir e defender atividades nas quais se possa experimentar a gratificante oportunidade de ter espaço e voz na sociedade. É fazendo uso da palavra, dos meios de comunicação, da possibilidade de opinar e de ser ouvido, que o cidadão passa a dar importância ao direito à livre expressão e, consequentemente, a lutar por ele. A criação do GP *Comunicação, mídias e liberdade de expressão* tem a intenção de responder a essa necessidade.

Referências

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: Nacional, 1977.

ALGRANTI, Leila Mezan Algranti. **Livros de devoção, atos de censura:** ensaios de história do livro e da leitura na América portuguesa (1750-1821). São Paulo: HUCITEC: FAPESP, 2004.

ALVIN, Ricardo Cravo. **Driblando a censura.** Rio de Janeiro: Gryphus, 2002.

AQUINO, Maria Aparecida. **Censura, imprensa, Estado autoritário, 1968-1978:** o exercício cotidiano da dominação e da resistência – O Estado de São Paulo e Movimento. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **Metrópole e cultura:** São Paulo no meio do século XX. Bauru: EDUSC, 2001.

AZCONA, Jesús. **Antropologia II:** a cultura. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço.** São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem.** 7ª ed. São Paulo: Hucitec, 1993.

BERNSTEIN, Basil. Comunicação verbal, código e socialização. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: Nacional, 1977.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte:** gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento:** de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COSTA, Caio Túlio. **Cale-se:** a saga de Vannucchi Leme, a USP como aldeia gaulesa, o show proibido de Gilberto Gil. São Paulo: A Girafa, 2003.

COSTA, Cristina. **Censura em cena:** teatro e censura no Brasil – Arquivo Miroel Silveira. São Paulo: EDUSP: FAPESP: Imprensa Oficial, 2006.

_____. **Teatro e censura:** Vargas e Salazar. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2010.

DARNTON, Robert. **Os best-sellers proibidos da França pré-revolucionária.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

FIGARO, Roseli. **Teatro, comunicação e sociabilidade:** Uma análise da censura ao teatro amador em São Paulo. São Paulo: Balão Editorial, 2011.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas:** uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

_____. **Vigiar e punir:** história da violência nas prisões. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

FRIEIRO, Eduardo. **O diabo na livraria do cônego:** como era o Gonzaga? e outros temas mineiros. 2. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981.

GASPARI, Elio. **A ditadura envergonhada.** São Paulo: Cia das Letras, 2002.

GOLDMANN, Lucien. **A sociologia do romance.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GOMES, Mayra Rodrigues**. Comunicação e controle.** São Paulo**:** Intercom/ Capes, 2013.

GOTTFRIED, Martin. **Teatro dividido:** a cena americana no pós-guerra. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

GUARNIERI, Gianfrancesco. Prefácio. In: COSTA, Cristina. **Censura em cena:** teatro e censura no Brasil – Arquivo Miroel Silveira. São Paulo: Edusp: Fapesp: Imprensa Oficial, 2006.

LÉVY-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem.** São Paulo: Cia Editora Nacional, 1970.

MAGALDI, Antônio Sábato. **Panorama do teatro brasileiro.** São Paulo: DIFEL, 1962.

MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**. Porto Alegre: L & PM, 2007.

MATTOS, David José Lessa. **O espetáculo da cultura paulista:** teatro e TV em São Paulo. São Paulo: Códex, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de Comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1971.

MULLER, Heiner. **Guerra sem batalha:** uma vida entre duas ditaduras. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio.** Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

PALMA, Ricardo. **Anais da Inquisição de Lima.** São Paulo: EDUSP: Ed. Giordano, 1992.

PORTO, Nuno. O museu e o Arquivo do Império. In: BASTOS, Cristiana; ALMEIDA, Miguel Vale de; FELDMAN-BIANCO, Bela (Org.). **Trânsitos coloniais:** diálogos críticos luso-brasileiros. Campinas, SP: UNICAMP, 2007.

PRADO, Décio de Almeida. **Seres, coisas, lugares:** do teatro ao futebol. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

_____. **História concisa do teatro brasileiro.** São Paulo: EDUSP; Imprensa Oficial, 1999.

REIMÃO, Sandra. **Resistência e repressão:** censura aos livros na Ditadura Militar. São Paulo: EDUSP, 2012.

RILEY, John W; RILEY, Matilda W. A comunicação de massa e o sistema social. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: Nacional, 1977.

SARTRE, Jean Paul. **O imaginário**. São Paulo: Ática, 1996.

SAUNDERS, Frances Stonor. **Quem pagou a conta?** A CIA na Guerra Fria da cultura. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2008.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando (Coord.). **História da vida privada no Brasil.** São Paulo: Cia. das Letras, 1998. v. 3.

SILVEIRA, Miroel. **A contribuição italiana ao teatro brasileiro.** São Paulo: Quíron; Brasília: INL, 1976.

VARGAS, Maria Thereza. **Teatro operário na cidade de São Paulo.** São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura. Departamento de Informação e Documentação Artísticas. Centro de Pesquisa em Arte Brasileira, 1980.

Capítulo 21

As mutações do objeto de estudo e a contribuição da EPC para a renovação do campo comunicacional

Ruy Sardinha Lopes[1]

Como pontuou um renomado teórico das comunicações no Brasil em texto alusivo aos seus 70 anos[2], o campo comunicacional carece, em grande medida de um cânone geral ao qual se possa referir; quiçá de uma maior precisão na definição de seu objeto. Disciplina ainda jovem, a Ciência da Comunicação se mostra como um campo em estruturação, donde a importância de se

1. Doutor em Filosofia, professor do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP São Carlos, é presidente da União Latina de Economia Política da Informaçáo, da Comunicação e da Cultura e coordenador do GT de Economia Política da Comunicação da Intercom.

2. Referimo-nos a Muniz Sodré, autor do artigo Comunicação: um campo em apuros teóricos, publicado na Revista MATRIZes, ano 5,n.2, jan./jun.2012

pensar sua dinâmica como um campo em permanente disputa por parte de indivíduos e grupos a ele pertencentes (BORDIEU, 2004).

Duas observações, preliminares, se fazem necessárias. A primeira é que a construção de paradigmas próprios a uma ciência que tem como objeto um "processo social básico" (VIÀ,1977,p.15) - o que faz com que a transversalidade epistêmica e metodológica com as demais ciências humanas como a sociologia, a antropologia e a psicologia social entre outras seja constante - não é tarefa fácil, ainda mais se considerarmos que o enfoque metodológico que lhe é mais adequado prescinde da "antítese objetiva material" cara às ciências naturais para se constituir em uma relação viva com o objeto, desenvolvendo-o tanto quanto possível, a partir desse objeto (ADORNO, 2008.p.184). A segunda é que falar em ausência de um paradigma amplamente aceito ou em disputa entre correntes teóricas internas ao campo não implica que possamos abrir mão de reconhecer a existência de centralidades e formações hegemônicas ou ainda de uma geopolítica que traz importantes rebatimentos no desenvolvimento do campo.

Desta forma, tem razão nosso autor ao reconhecer, na passagem para a fase monopolista do capital e a importância assumida, nesse contexto, pelas indústrias da comunicação e da cultura, a centralidade dos Estados Unidos, em especial da Escola de Chicago e dos *mass communication research* que, nos marcos do behaviorismo, instituem a visada instrumental ou funcionalista da comunicação de tão longa fortuna e cujos ecos ainda

hoje se fazem notar em boa parte das análises e cursos de formação da área.

Ainda que a crítica ao funcionalismo, no campo da Sociologia, não tenha tardado, e nesse sentido é importante resgatarmos para o debate comunicacional as divergências metodológicas entre Adorno e Lazarfeld[3], merece destaque a contribuição teórica que trouxe a um momento onde as políticas industriais e de desenvolvimento econômico, aliadas ao embate ideológico da Guerra Fria, tinham de se haver - e não só nos Estados Unidos, mas igualmente nas regiões, como a América Latina, para onde tal modelo fora exportado – com as características próprias de um setor que em grande medida não se deixava apreender pelos procedimentos metodológicos da economia tradicional.

Não surpreende que no confronto com realidades de tradições culturais mais consolidadas, como a europeia, ou onde as especificidades regionais impunham certo distanciamento em relação a tais matrizes, como na América Latina, a questão dos conteúdos e da recepção dos mesmos tenham se tornado central, desembocando, como nota Muniz Sodré, na virada semiológica da teoria da comunicação (SODRÉ, 2012, p.19). Não obstante, a cada vez mais visível e crescente participação dos meios de comunicação e das indústrias culturais na estrutura econômica capitalista e nas relações de poder aí gestadas

3. Ver a esse respeito o artigo de Celso Frederico, Recepção: divergências metodológicas entre Adorno e Lazarfeld. MATRIZes,. Vol.1, n.2, 2008

levaram à formulação de *outra* abordagem teórica que, embora frequentemente olvidada, e de desenvolvimento tardio na América Latina, mostra cada vez mais sua pujança analítica. Estamos nos referindo à Economia Política da Comunicação (EPC).

A crítica periférica da EPC

Tendo em vista o alerta de Ramón Zallo (2011, p.20) de que a economia, em sentido estrito, deve centrar-se na função econômica e que pouco se avançará fazendo uma economia que não seja economia, a Economia Política Crítica – que surge por meio da crítica endereçada à Economia Política Clássica e suas vinculações com a teoria do Estado Liberal e, mais tarde, com a crítica à Escola Neoclássica – difere das principais correntes econômicas, segundo Golding e Murdock (2000), por quatro aspectos: é holística, histórica, fundamentalmente preocupada com o equilíbrio entre empreendimentos capitalistas e a intervenção governamental e, o mais importante, "vai além das questões técnicas de eficiência para se engajar com as questões morais básicas de justiça, equidade e bem comum". O que significa dizer que abre mão dos purismos inerentes à ciência econômica e dos enfoques individualistas, tão caros à escola neoclássica, para, como disciplina fronteiriça que é, ocupar-se da interação entre a organização econômica e a vida política, social e cultural. Opondo-se tanto ao instrumentalismo

quanto ao estruturalismo econômicos[4], sua visada analítica impede qualquer adesão ao determinismo econômico. Preocupada em compreender a totalidade das relações sociais e os mecanismos da mudança social, a Economia Política crítica concebe a dinâmica econômica como elemento chave, mas não único desta totalidade. De outra forma, ainda segundo Zallo: "la economía crítica, desde su propia metodología, necesita complementarse con una teoría social y con una teoría del poder, lo que invita a la flexibilidad y a la integración o, al menos, al manejo de varios campos afines" (2011, p.20).

No tocante à Economia Política da Comunicação (EPC), ainda que a existência de uma análise não instrumental dos meios de comunicações ou que não os entendessem como meros instrumentos do domínio de classes antecedam os trabalhos fundacionais de Dallas

4. Associada principalmente às críticas de Milton Friedman à ciência normativa, o instrumentalismo concebe os modelos teóricos como instrumentos econômicos de previsão, pouco importando se conseguem descrever ou não os eventos em questão: "são concebidos a fim de isolar os traços que se mostrem relevantes para a resolução de um particular problema" (FRIEDMAN, 1981, p.193). Já o estruturalismo, de caráter holístico e opondo-se ao individualismo metodológico, afirma que as propriedades sistêmicas não podem ser reduzidas às de suas partes constitutivas. Busca, nesse sentido, compreender as estruturas subjacentes aos fenômenos observáveis. O perigo dessa abordagem, segundo Golding e Murdock (2000), é tomar tais estruturas como "construções de edifícios, sólidos, permanentes e imóveis".

Smythe e Herbert Schiller, é certo que a devida atenção às dimensões econômicas dos fenômenos comunicacionais, posta pela época monopolista - uma época onde "a superestrutura se industrializa, é invadida pela estrutura" (GARNHAM, 1983, p.22)- lhes é devedora e propiciaram a constituição de um subcampo plural, onde se nota a disputa de várias matrizes teóricas[5], mas que, na boa síntese de José Marques de Melo, talvez possamos dividir, como recurso didático, em duas linhas de pensamento[6]: "uma 'pragmática', catalisando as abordagens mais sintonizadas com a preservação do sistema econômico hegemônico na sociedade – e outra 'crítica', mais preocupada em problematizar as estruturas vigentes, quase sempre inspiradas ou influenciadas pelo marxismo" (MELO,2013,p.15).

5. "No hay así uma sola teoría ni tradición de la economía política de la comunicación, sino distintas tradiciones de economía crítica de la comunicación y la cultura. Una parte de la tradición europea se inclinó por los modelos que partían de la mercancía cultural misma y el proceso de mercantilización hasta la generación de estructuras (escuelas británica, francesa – Grenoble-, española…), y fueron sedimentando una interpretación de abajo a arriba, entreverada por las aportaciones críticas de la historia, la antropología o la politología" (MOSCO, 2011, p.19/20).

6. McChesney (2000), por sua vez, verá também duas grandes dimensões: uma que trata do estudo da relação entre os sistemas de comunicação e a estrutura social mais ampla; e outra, mais específica, referente as formas como a propriedade, as formas de financiamento e as políticas governamentais podem influenciar o comportamento e o conteúdo da mídia.

É a esta segunda linha, e a problemática a ela vinculada, que autores como Herbert Schiller, Armand Mattelart, Tapio Varis e McChesney se aproximarão a partir da organização da seção *Political Economy* na *Internacional Association for Media and Communication Research* (IAMCR). Constitui-se, a partir daí, dos dois lados do Atlântico[7], um programa de investigação preocupado não somente em deslindar as funções macro e microeconômicas que a cultura e a comunicação assumem no processo de acumulação capitalista, articulando, por exemplo, a análise da produção das indústrias culturais com a teoria do valor-trabalho, bem como o estudo das redes institucionais e estruturas corporativas, das formas de controle dos recursos comunicacionais, sua distribuição e consumo, das relações sociais, estratificação e formas específicas de poder econômico e político acionados por tais práticas etc.

Assim, segundo a síntese elaborada por Golding e Murdock, as principais preocupações da EPC podem ser agrupadas em três linhas: 1) a produção de significados como exercício de poder, diretamente relacionada com a crescente importância da mídia no exercício da cidadania plena – o que leva às discussões sobre a constituição

7. Se na confluência Canadá–Estados Unidos se destacam Dallas Smythe, Herbert Schiller, McChesney, Vicent Mosco e Janet Wasko do outro lado do Atlântico, os trabalhos de Murdock e Golding e Nicholas Garnham, na Inglaterra , Baumol, Dominique Leroy, Bernad Miège e Patrice Flichy, em solo francês merecem o devido reconhecimento.

da esfera pública, controle sobre a produção e distribuição de bens culturais que limitam ou liberam tal esfera, o padrão de propriedade das organização midiáticas e as regulações estatais, bem como o papel (a semiautonomia) dos profissionais deste setor, ou seja, as condições do trabalho cultural e em comunicação-; 2) a análise textual – voltada à explicação do papel de mediação e de manutenção de sistemas de dominação dos textos midiáticos, bem como de sua organização interna e os condicionantes econômicos de sua produção[8]; 3) a questão do consumo cultural – contrária às teses que afirmam a soberania do consumidor, a EPC se volta ao exame das barreiras - monetárias, tecnológicas, culturais , políticas etc – que limitam tal liberdade.

É óbvio que outras linhas e visadas teóricas poderiam ser acrescentadas, como por exemplo, a análise das

8. Segundo Golding e Murdock(2000), "Essa perspectiva geral, com sua ênfase no papel mediador crucial das formas simbólicas, tem duas grandes vantagens: primeiro, nos permite traçar conexões detalhadas entre o financiamento e organização dos produtos cultuais e mudanças no campo do discurso e representação públicos de uma maneira irredutível, que respeita as necessidades para plenas análises da organização textual. Na verdade, longe de ser secundária tal análise é central para o pleno desenvolvimento do argumento. Segundo, enfatizando o fato de que os textos midiáticos variam consideravelmente no grau de abertura discursiva, oferecem uma abordagem a atividade da audiência que focaliza variações estruturadas nas respostas. Porém, em contraste com os trabalhos recentes sobre atividades da audiência".

especificidades do trabalho cultural, as questões relativas ao trabalho cultural concentro e abstrato, seus processos de criação de valor e os limites de sua subordinação ao capital, preconizados pela escola francesa da EPC, em especial o GRESEC (*Groupe de recherche sur les enjeux de la communication*) da Universidade Stendhal, em Grenoble, mas o intuito aqui esboçado é somente chamar atenção para o tipo de abordagem que propõe.

A EPC na América Latina e no Brasil

Com um desenvolvimento autônomo em relação às vertentes norte-americana e europeia[9] a ECP latino-americana têm suas origens ligadas por um lado à recepção do pensamento marxista na região e à constituição de um original pensamento de esquerda representado por figuras Rui Mauro Marini, Teotônio dos Santos, Gunter Frank, Caio Prado Júnior e, mais próximo às reflexões do campo comunicacional, Nelson Werneck Sodré e,

9. Embora Raul Fuentes tenha assinalado que a origem da investigação comunicacional latino-americana tenha sido marcada pela importação dos enfoques econômico-políticos de Herbert Schiller e da Escola de Frankfurt, Francisco Sierra faz a importante ressalva de que " Tal legado intelectual habria sin embargo de perdurar um corto periodo de tiempo, y salvo contadas excepciones no lograría permear las mallas curriculares y las culturas acadêmicas de formación e invetigación universitarias" (SIERRA,2009, p.160)

por outro, ao pensamento social e econômico desenvolvido no âmbito da CEPAL (Comissão Econômica Para a América Latina e o Caribe) e do CIESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores da Comunicação para a América Latina) – decorrentes do posicionamento da América Latina no contexto geopolítico da Guerra Fria e do questionamento da implantação na região de uma espécie de Plano Marshall comunicacional que vinculava a aceleração desenvolvimentista ao transplante das novas tecnologias de comunicação. Donde a importância, para a constituição do pensamento crítico comunicacional latino-americano das reflexões, de matriz keynesiana, dos economistas reticentes quanto a esta relação causal, e da discussão sobre a repartição dos fluxos globais de informação, sintetizada no Relatório McBride, fruto do movimento em prol de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC).

Herdeira dessa herança intelectual e em diálogo com as teorias sobre o Imperialismo, a Teoria da Dependência Cultural, a Pedagogia da Libertação etc., a EPC latino-americana - cujos primeiros passos podem ser atribuídos aos trabalhos de Heriberto Muraro e Héctor Schmucler (Argentina), Diego Portales (Chile), Cesar Bolaño (Brasil), Patricia Arriaga, Henrique Sachez e Esteinou Madrid (México) entre outros - passa a desafiar as premissas do funcionalismo modernizador, refinando os instrumentos de análise das estruturas de poder e dominação, bem como a reflexão sobre o papel das novas tecnologias para a integração hemisférica.

Se o contexto social e político em curso até os anos 1970, ao propiciar uma circulação de ideias entre o pensamento econômico e o pensamento comunicacional, constituiu o solo apropriado para que a EPC pudesse se consolidar como uma das matrizes teóricas importantes do pensamento crítico na região; as críticas internas e externas ao pensamento cepalino e às teses em prol de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação, empreendida pelos defensores do chamado livre fluxo da informação, aliadas à crise estrutural do capitalismo – que a partir do final da década de 1970 recai sobre a região e implica uma reorientação das políticas externas dos países centrais – levará ao refluxo conservador da década seguinte e a prevalência do enfoque cultural e subjetivista da pesquisa em comunicação (SIERRA, 2009, p.161).

Em certo sentido, arrefecida a onda neoconservadora, na retomada do pensamento crítico nos anos 90, uma nova geração de investigadores da Ibero-América - entre os quais se destacam Cesar Bolaño, Guillermo Mastrini, Luis Albornoz, Martin Becerra, Enrique Bustamante, Ramón Zallo, entre outros - tratarão de recuperar e renovar essa tradição, num movimento de crítica interna e, fundamental, institucionalização deste campo disciplinar[10].

10. No caso da América Latina, cabe destacar a constituição dos grupos de trabalho da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e da

No caso brasileiro, mesmo reconhecendo, como o faz Marques de Melo (2008, p.10), a precocidade de Barbosa Lima Sobrinho que já em 1923 enfatiza a ótica econômica nos estudos sobre a imprensa brasileira e de dois estudos marcantes dos anos 1970 – "O papel do Jornal" (1974), de Alberto Dines e "Notícia, um produto à venda", de Cremilda Medina (1978) –, o campo disciplinar da EPC teve de esperar até a década de 1990 para se constituir. Coube a Cesar Bolaño, e sua obra *Mercado Brasileiro de Televisão* (1988), inaugurar a vertente brasileira. A obra que preenchia importante lacuna nos estudos econômicos da televisão brasileira, abordava o mercado televisual a partir de suas formas de concorrência, periodização e trajetórias tecnológicas. Tais questões – aliadas ao conceito de **barreiras de entrada** e de **padrão tecno-estético**, desenvolvidos em sua tese de doutorado e que foi publicada como *Indústria cultural, Informação e Capitalismo* (2000) – trarão importante contribuição para a compreensão do papel desempenhado pelas grandes redes corporativas na lógica de concentração do setor da

---

ALAIC(Associação Latino-americana de Investigadores em Comunicação), em 1992, coordenados por César Bolaño, a instituição, em 1999, da REDE EPTIC (rede de economia política das Tecnologias da Informação e da Comunicação) e da Revista eletrônica de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura EPTIC online), ligadas ao Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe e, em 2002, a constituição da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC).

radiodifusão, trazendo, com isso, importante munição à luta social pela democratização da comunicação.

Se a análise do setor de radiodifusão se mostrou um "terreno fértil" (CABRAL, 2008) às abordagens da EPC no Brasil, e nesse sentido as pesquisas de Valério Brittos e seu grupo de estudos na UNISINOS[11] trouxeram preciosa contribuição; outras abordagens como as análises do trabalho informacional e cultural, das mídias sonoras, das indústrias cinematográficas e fonográficas, da internet etc. deram provas cabais da vitalidade deste subcampo em solo brasileiro.

Reestruturação capitalista e novos desafios à EPC

Estes brevíssimos apontamentos históricos tiveram o intuito de mostrar o quanto os métodos e objetos de investigação da EPC, aliados à práxis de seus investigadores, tentaram, em suas origens, responder às demandas

11. Instalado em 2002, o **Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade**(CEPOS), vinculado Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), o grupo que com o falecimento de seu líder, professor Valério Brittos, foi transferido para a Universidade Federal de Sergipe, sob a coordenação de César Bolaño, desenvolve importante trabalho de pesquisa e debate sobre as mídias audiovisuais, seus modos e produção, circulação e consumo e seus conteúdos.

postas pelo Capitalismo em sua fase monopolista e, no caso da América Latina, a um contexto social marcado pela importação de políticas imperialistas, desigualdades sociais estruturais e restrição de direitos constitucionais.

A retomada da EPC latino-americana a partir da década de 1990 tem a ver, nesse sentido, não apenas com o processo de redemocratização e esgotamento das promessas neoliberais, mas também com a reestruturação do capitalismo que, embora em curso desde meados dos anos 1970, se consolida justamente nesse período.

Tomemos, apenas para exemplificar a nova agenda de investigação aberta por esse cenário, dois elementos centrais: a convergência tecnológica oriunda do desenvolvimento das novas tecnologias de informação e de comunicação e a centralidade da informação e da cultura nos processos de acumulação do capital.

Embora exista uma verdadeira disputa terminológica e, portanto, política sobre qual conceito melhor apreenderia a sociedade contemporânea – da sociedade pós-industrial de Daniel Bell ao *informacionalismo* de Castells, só para pegarmos as duas pontas desse percurso – parece existir certo consenso sobre a inaudita centralidade da informação, da cultura e do conhecimento nos processos societários atuais.

Ainda que muitas análises se esforcem em afirmar (por vezes em um verdadeiro encobrimento ideológico) a descontinuidade entre tais processos e a base econômica, é incontestável, como afirma Jameson, que a atual centralidade da cultura é, sobretudo, econômica, devendo, portanto ser apreendida a partir de suas relações com

os processos de reprodução ampliada do capital. Está, do ponto de vista de uma análise marxista, na busca de novas estratégias e formas de acumulação do capital - que vem se deslocando da base industrial para os setores "intangíveis" como os serviços e o conhecimento - a raiz dos grandes investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento em tecnologias de informação e comunicação e naquilo que vem sendo chamado de capitalismo cognitivo. O que não significa, e o alerta vem, como vimos, da própria EPC, que se possa ou se deva restringir a análise às suas dimensões meramente econômicas.

Afirmar a continuidade entre as manifestações fenomênicas e os mecanismos de valorização do capital não implica a negação das alterações inerentes aos processos societários e econômicos, mas a necessidade de uma nova visada teórica capaz de apreendê-los em sua historicidade. Assim, se a passagem para a fase monopolista significou, nas palavras de Garhnam (op.cit.) a industrialização da superestrutura, agora parecemos vivenciar o movimento inverso: a "culturalização da infraestrutura". O que não significa, evidentemente, afirmar o fim da industrialização ou de uma economia material ou capitalista, mas que, novamente segundo a observação pioneira de Jameson, a lógica do processo de acumulação se tornou cultural (ou informacional, ou cognitiva... conforme a matriz teórica que se queira adotar).

A centralidade da informação e da cultura implica ainda que uma série de elementos econômicos até então específicos deste setor se generaliza, de modo que, a crítica interna que a economia política da cultura fazia

às teorias neoclássicas e marginalistas ganha inaudita relevância e abrangência. A contribuição que pesquisadores pioneiros como William Baumol e William Bowen, Sanford Grossman e Joseph Stiglizt e, mais recentemente, David Throsby, Françoise Benhamou, Ramón Zallo, José Durán Medrano e, no âmbito da América Latina César Bolaño, Alain Herscovici, Guillermo Mastrini, Delia Crovi, Ruy Lopes e Marcos Dantas, entre outros, trazem ao superarem as ainda predominantes análises empíricas ou as que entendem o mercado de bens culturais (agora hiperbolizado) a partir da concorrência pura e perfeita walrasiana[12] é significativa. A imperfeição e incompletude da informação, a questão da valorização dos bens simbólicos e sua aleatoriedade, as rendas informacionais, o efeito clube, os direitos de

12. "Segundo Herscovici (2004), a natureza dos sistemas econômicos – complexos e não complexos – permite definir dois tipos de eixos distintos, a saber: i) a heterodoxia, que "se relaciona com abordagens intrinsecamente históricas: essas análises ressaltam a possibilidade de produção endógena de flutuações e suas questões são ligadas ao conceito de regulação/reprodução do sistema, o que é totalmente incompatível com o conceito de equilíbrio estável e convergente" (HERSCOVICI, 2004, p. 278); e ii) a ortodoxia (neoclássica), que se relaciona com as análises de equilíbrio geral – tanto em suas versões tradicionais como as mais recentes (adoção de expectativas racionais), que "é intrinsecamente ligada à existência da unicidade do equilíbrio, este sendo estável e convergente. As flutuações só podem ser explicadas a partir de um choque, por natureza, exógeno" (HERSCOVICI, 2004, p. 278)" (MOTA et alii, 2007,p.3)

propriedade intelectual etc. são alguns dos temas e objetos aqui estudados.

No tocante às indústrias midiáticas e culturais, ainda que os estudos anteriores, ligados às especificidades das indústrias massivas, às suas formas de produção e distribuição de conteúdos midiáticos, seus modelos de organização e funcionamento, à mercado audiência etc. continuem valendo, a chamada convergência tecnológica e o desenvolvimento das novas plataformas digitais – colaborativas ou não – requerem um avanço teórico-metodológico que supere, por exemplo, as análises que pressupõem a separação entre conteúdos e meios de difusão e transmissão da informação ou que ressalte o quanto as decisões aí tomadas – por exemplo, a escolha dos padrões técnicos de determinado sistema de televisão digital – não são meramente tecnológicas ou econômicas, mas, sobretudo, políticas, uma vez que incidem diretamente nas partições do poder e nos limites entre o público e o privado que, cada vez mais, passam a ser estabelecidos a partir das modalidades de acesso a tais serviços. Como afirma Miguel de Moragás:

> Ante estos cambios, los viejos esquemas, tan simples, de los paradigmas de la comunicación pierden vigencia, y tanto las líneas horizontales de Lasswell o de Shannon con las líneas entrecruzadas de Westley y MacLean o de Maletzke han de ser sustituidas por nuevos mapas con líneas y relaciones complejas (2005,p.12)

Também aqui a EPC tem a contribuir. De fato, a busca de uma compreensão não determinista e que não se restrinja à descrição empírica do advento das chamadas novas tecnologias da informação e da Comunicação (NTICs) e de suas implicações materiais e simbólicas tem ocupado boa parte dos estudos recentes da EPC. As novas formas de gestão, distribuição e tratamento da informação como fontes de valor agregado, as políticas de comunicação e a (des)regulação no contexto da convergência, a ruptura da estrutura linear emissor/receptor e o advento de formas mais complexas de comunicação, o protagonismo do receptor, agora também chamado de "prossumidor", a fragmentação da audiência e a entrada na fase da multiplicidade da oferta (BRITTOS,2006) etc. são apenas alguns exemplos do que vem sendo estudado pela nova geração de investigadores ligados a este subcampo.

No que se referem às relações de poder postas pelas novas formas de produção, circulação e consumo dos recursos comunicacionais, os estudos recentes também demonstram o quanto as velhas desigualdades e assimetrias permanecem constantes no setor. É certo que o desenvolvimento e o barateamento das novas tecnologias têm propiciado usos antissistêmicos, como, por exemplo, sua apropriação pelo chamado midiativismo e certas práticas antimercantis reunidas sob a alcunha da "economia solidária", mas é igualmente verdadeiro que o setor se mostra ainda mais concentrado e excludente[13].

13. Ainda que a exclusão, agora, se dê não mais a partir da distância geográfica ou cultural, mas das possibilidades de acesso ao sistema pelos agentes sociais.

De particular relevância para a região, dada sua larga tradição de concentração midiática e de poder econômico, as investigações mais recentes sobre os oligopólios midiáticos, as formas de concentração horizontais, verticais e cruzadas, a diversificação[14] e o papel do Estado, a transnacionalização das atividades, as assimetrias geográficas e sociais, as barreiras de entrada etc. fornecem importantes insumos não somente ao campo científico mas também aos "novos movimentos sociais" e suas lutas pela democratização da comunicação e pelo direito à Cultura[15]. Como afirma Adilson Cabral (op.cit.p.79):

> A necessidade de compreender o papel das grandes redes corporativas e corporações na lógica de concentração do setor de comunicação precisa ser assimilada por um movimento de maior abrangência e legitimação social a

14. Thompson (1995, p.257) caracteriza a diversificação como "processo pelo qual as companhias expandem suas atividades para diferentes campos ou linhas de produção, tanto adquirindo companhias que já operam nesses campos, como investindo capital em novos desenvolvimentos"

15. Ademais, como observa Vicent Mosco: "la praxis, o la unidad de investigación y acción, es una característica fundamental del enfoque de la economía política. Además de profesores e investigadores, la mayoría de los economistas políticos de la comunicación han sido activistas involucrados en movimientos por la democracia mediática, en la comunicación para el desarrollo, em medios independientes y por el acceso universal, así como en movimientos sindicales, feministas y antirracistas (2011,p.83)

> partir de movimentos eminentemente críticos e alheios à submissão aos movimentos governamentais e partidários, capazes de evidenciar contradições de um sistema que inviabiliza uma expansão compatível com sua demanda.

O importante entrecruzamento entre a Economia Política, as Políticas Culturais e de Comunicação e a Comunicação Popular e Alternativa tem, desta forma, se mostrado não somente necessário ao melhor conhecimento deste novo contexto, mas propiciador de novos enfoques doutrinários, despertando a atenção para velhos e novos objetos de investigação: o sistema público de comunicação, o acesso e a neutralidade da rede, a comunicação comunitária, a pluralidade e diversidade cultural e de conteúdos etc.

Outra demanda que a confluência entre a centralidade da cultura e a convergência tecnológica trouxe, e que os investigadores da EPC também têm se dedicado a deslindar, é relativa às transformações no trabalho cultural e em comunicação. Se, pelo menos desde os anos 1950, vários analistas vêm se debruçando sobre as transformações no mundo do trabalho é inegável que a intelectualização geral dos processos de produção e de consumo e a cada vez mais necessária mediação das NTICs vêm gerando novas questões e aportes teóricos. Desde as mais ufanistas que veem no avanço das forças produtivas a instauração do reino da liberdade e a reconquista, por parte dos trabalhadores, da autonomia anteriormente usurpada, passando pela criação de um

novo sujeito histórico, a "classe criativa", e uma nova força produtiva, o intelecto geral, até aqueles que apontam para a exacerbação das condições de exploração ou, em outra chave, para a perda de pertinência das categorias fundamentais da economia política ligadas ao valor-trabalho, diante dos "constrangimentos" impostos pela lógica não mercantil da economia do conhecimento o debate tem sido intenso e dividido internamente a EPC.

Chamando a atenção para o fato de que "é no nível das leis gerais imanentes da produção capitalista, portanto, que a questão deve ser posta, de início, para esclarecer de forma completa o problema em tela", César Bolaño (2007,p.34) mostra o quanto a contribuição brasileira representada tanto pela hipótese da **subsunção do trabalho intelectual**, desenvolvida pelo próprio Bolaño desde 1995[16] quanto pelas discussões mais recentes (em

16. Refletindo sobre a subordinação da produção cultural à lógica capitalista, e acionando autores como Garnham e Ruy Fausto, Cesár Bolaño postula a hipótese, posteriormente aprofundada, de que em sucessão à fase monopolista do capital estaríamos assistindo a uma nova revolução assentada na subsunção do trabalho intelectual. Nas suas palavras: "Pienso, como se puede deducir de lo anterior, en una segunda y no tercera ola, lo que implica la necesidad de definir las transformaciones estructurales en términos de una revolución del modo de producción. Me arriesgo a afirmar que esa revolución se da justamente en el movimiento de sumisión del trabajo intelectual. Eso significa que la clase obrera del futuro estará constituida por artistas, periodistas, informáticos, educadores, ingenieros. Una clase

especial Herscovici e Bolaño) sobre os limites da forma mercadoria e, no tocante à teoria do valor-trabalho aplicada à esfera cultural (mais uma vez, é preciso reforçar, agora grande parte da economia), as dificuldades de transformação do trabalho concreto em trabalho abstrato e, portanto, a desmedida do valor da produção atual.

Mais recentemente, o desenvolvimento daquilo que Herscovici (2012) tem chamado de "economia do Google[17]" e da possibilidade de se auferir enormes sobreganhos a partir do "trabalho" realizado nas plataformas colaborativas, a chamada Web 2.0, colocam novamente em discussão as categorias de trabalho produtivo e improdutivo e as porosidades entre trabalho e consumo.

---

obrera con alto poder de negociación y numéricamente reducida en relación a una masa de excluidos, fruto de la globalización así como de la miseria que diferentes autores han puntado. La situación es obviamente muy distinta de la que se vivía en tiempos de Marx pero los términos de la ecuación son en esencia los mismos" (BOLAÑO, 1995,p.11/12)

17. "Nesta economia digital, a partir dos mecanismos econômicos próprios à economia das redes, a criação de valor está diretamente ligada à criação de efeitos de redes, ou seja, de utilidade social. Em termos econômicos, isto corresponde às externalidades de demanda, da maneira como elas foram definidas por Katz e Shapiro (1985): quanto maior a quantidade de usuários, maior a utilidade do serviço para cada usuário que faz parte da rede. Por outro lado, quanto maior esta utilidade social, maior o valor pelo qual a firma proprietária da rede pode negociar a venda de espaço para os anunciantes" (HERSCOVICI,2012, p.276)

Essas e outras questões, que têm encontrado o devido espaço na vasta produção de um jovem expoente da economia política austro-inglesa Christian Fuchs, indicam um importante campo a ser explorado.

Inúmeros outros eixos investigativos – como, por exemplo, a importante discussão para a região sobre comunicação e (neo)desenvolvimento ou sobre a chamada economia criativa – poderiam ser aqui arrolados, esperamos, entretanto, já ter demonstrado a vitalidade e importância teórica e política desse subcampo. Gostaríamos, para terminar, de voltar à questão com a qual iniciamos e que se constitui, sem sombra de dúvida, em um dos desafios para a atual geração de pesquisadores da comunicação.

Revendo os paradigmas

Miguel de Moragás, referido mais acima, apontava para a necessidade, diante do novo cenário comunicacional, de novos paradigmas que possam interpretar a comunicação a partir de modelos dinâmicos: "la renovación de los paradigmas de la comunicación es uma cuestión teórica clave para interpretar adecuadamente los cambios derivados de la irrupción de internet y de la convergencia multimedia" (2005,p.19). Em outro artigo (MORAGÁS, 2014), defendendo a ideia de que os estudos de comunicação são, ao mesmo tempo, uma

disciplina – uma vez que constroem os paradigmas que permitem interpretar os distintos modelos de comunicação e sua evolução histórica – e um campo de estudos, pois, como assinalou Raymond Williams, é uma convergência de investigadores que no princípio receberam sua capacitação em âmbitos muito diferentes: na história e na filosofia, e nos estudos literários e culturais, na sociologia, na tecnologia ou na psicologia, afirma a vantagem de tal transdiciplinaridade:

> Esta condición de ser disciplina y campo de estudio al mismo tiempo no es en absoluto una desventaja, sino todo lo contrario, sitúa a los estudios de comunicación a la vanguardia de los estudios sobre la sociedad contemporánea, tiempo de cruces, de derrumbe de antiguas fronteras, para afrontar la complejidad de los fenómenos sociales (2014).

Assim posto, ainda segundo Moragás:

> La necesidad de planteamientos transdisciplinares en el estudio de la comunicación se manifiesta muy claramente ante los nuevos retos de la investigación de la comunicación a principios del siglo XXI. Distinguiría, principalmente, dos de ellos:
> Por una parte la necesidad de sumar dialécticamente las aportaciones de los estudios culturales y las aportaciones de la economía política de la comunicación, un viejo debate en el que han

> participado investigadores de una y otra orilla (FERGUSON y GOLDING, 1998). Por la otra, la necesidad de reinterpretar los fenómenos de la comunicación (política, cultura, economía) ante las nuevas condiciones de la era digital y la globalización.

Ao afirmar a necessidade dos enfoques transdisciplinares e, em especial, do pensamento comunicacional latino-americano – "Una de las principales características de la investigación de la comunicación latina es, precisamente, la comprensión de los estudios de comunicación desde esta perspectiva transdisciplinar" (2013) – Morágas permite, dessa forma, que se reflita sobre a importância das disputas epistemológicas para a renovação do campo.

Vimos anteriormente o quanto, ao se constituir como crítica interna ao *mainstream* econômico e ao funcionalismo das ciências da comunicação, assim como procurar apreender as mutações relativas à natureza de seu objeto de estudo, a economia política e a economia política da comunicação fazem da interdisciplinaridade um princípio metodológico imprescindível às suas análises. Enfatizando seu caráter holístico, Cesar Bolaño, também pontua que a EPC:

> Situa-se, portanto, plenamente no interior do campo da Comunicação, no seu núcleo consensual, e não no da Economia *tout court*, ou em alguma área 'de interface'. No interior desse núcleo,

> a EPC oferece um quadro categorial herdado da Crítica da Economia Política (mas elaborado para dar conta dos objetos abrangidos por esse núcleo) e compatível com ela e, portanto, com o conjunto das disciplinas acadêmicas no interior das Ciências Sociais para as quais ela serve como paradigma transversal e abrangente. Permite assim, realizar deslocamentos em direção às fronteiras, explorando interdisciplinaridades de forma não eclética, em particular, mas não só, com a Economia. Permite, por outro lado, construir elos com outros enfoques teóricos, de forma também não eclética, no interior do próprio núcleo central[...] (BOLAÑO,2008, p.100)

Prática difícil, sitiada entre a dispersão e o fechamento, Alain Herscovici traz um importante questionamento:

> Assim, intrinsecamente, a análise em termos de Economia Política da Cultura, da Informação e da Comunicação é interdisciplinar. Não obstante, quais são as modalidades concretas desta interdisciplinaridade? Como é possível utilizar instrumentos metodológicos e resultados que proveem das outras Ciências Sociais e incorporá-los numa determinada problemática sem cair no ecletismo metodológico? Por um lado, para evitar o formalismo dos economistas do *mainstream*, a análise implementada tem que ser interdisciplinar no sentido de utilizar instrumentos que provêm das Ciências afins, principalmente a Sociologia, a História e as Ciências da Comunicação. Por outro lado, para não cair

> no ecletismo epistemológico, é preciso incorporar, numa matriz específica, as problemáticas julgadas relevantes, cada disciplina realizando "suas próprias sínteses, pelo fato de incorporar as contribuições das outras disciplinas numa abordagem específica". Isto ressalta, ao mesmo tempo, a necessidade e os limites da interdisciplinaridade (HERSCOVICI, 2003, p.9).

Sem esquivar-se ao fato de que toda construção teórica é desde sempre uma simplificação e que, como apontou Herscovici (2014), para se evitar a dispersão, as sínteses conceituais devem partir, sempre, da construção de uma problemática clara e de escolhas teóricas que norteiem a passagem do abstrato ao concreto pensado (MARX), a EPC deve tomar a interdisciplinaridade como uma construção e desafio que a cada momento exigem o questionamento dos conceitos e métodos adotados, que se permaneça alerta diante dos caminhos fáceis e atalhos que em grande medida nos atam ao real, dos hermetismos teóricos e ideológicos e que, num movimento de renovação interna – o primeiro passo que se impõe aos novos pesquisadores - possa oferecer ao campo das Ciências da Comunicações métodos e processos que permitam não só uma melhor apreensão de seu objeto, mas também o repensar o campo em sua totalidade e sua relação com as demais Ciências do Homem.

Referências

ADORNO, Theodor W. **Introdução à Sociologia**. São Paulo, editora UNESP, 2008

BOLAÑO, C. Economia Política, Globalización y Comunicación. **Nueva Sociedad**, n. 140, Caracas, 1995. Disponível em http://www.nuso.org/upload/articulos/2459_1.pdf. Acessado em 20/07/2014

_____ . **Mercado brasileiro de televisão**, Editorial de la UFS, Aracajú: Editora da UFS, 1988.

_____. **Indústria cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

_____. Trabalho, comunicação e desenvolvimento. **LIINC em Revista**, vol.3, n.1. 2007. Disponível em http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/viewFile/219/131. Acessado em 25/07/2014

_____. A centralidade da chamada Economia Política da Comunicação(EPC) na construção do campo acadêmico da Comunicação: uma contribuição crítica. In BOLAÑO, César (org.)- **Comunicação e a Crítica da Economia Política**. São Cristóvão, Editora UFS, 2008

BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. In: BOURDIEU, Pierre. ***A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos***. São Paulo: Zouk, 2004

BRITTOS, Valério (0rg). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta.** Aracaju: Nova Prova, 2006.

CABALLERO, Francisco S. Economía política de la comunicación y teoría crítica: Apuntes y tendencias.**I/C –Revista Científica de Información y Comunicación**, 2009, n. 6. DIsponível em http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/1.6%20Sierra%20Caballero.pdf. Acessado em 25/07/2014.

CABRAL, Adilson. Economia política da comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS,V.; CABRAL.A.(orgs). **Economia Política da Comunicação:** interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

CABRAL, Adilson; CARVALHO, Aline. Da alterglobalização à indignação: reconstruindo as redes sociais no início do Século XXI. **Dialógos de la Comunicación,** n.86, enero, 2013.Disponível em http://www.dialogosfelafacs.net/da-alterglobalizacao-a-indignacao-reconstruindo-as-redes-sociais-no-inicio-do-seculo-xxi/. Acessado em 25/07/2014.

DINES, Alberto. **O papel do Jornal.** São Paulo: Artenova, 1974

FREDERICO, Celso. Recepção:divergências metodológicas entre Adorno e Lazarfeld. **MATRIZes**, Vol.1, n.2, 2008.

FRIEDMAN, Milton. A Metodologia da Economia Positiva. **Edições Multiplic**, v.1, n.3, fev., Viçosa, 1981.

GARNHAM; N. La cultura como mercancía. In; RICHERI; G. (ed.) **La televisión entre servicio público y negocio**, Barcelona: Gustavo Gili,1983.

HERSCOVICI, Alain. A Economia Política da Informação, da Cultura e da Comunicação: questões metodológicas e epistemológicas.Uma apresentação geral. In: **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. EPITC online.** Vol.V, n.3, Sep./Dic, 2003. Disponível em http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/2a85adf9b67b84eaa166a01b12186e6c.pdf . Acessado em 27/07/2014.

_____. Economia imaterial: tentativa de definição e elementos de análise. Anais **da VI Conferência ACORN-REDECOM**, Valparaiso (Chile), 17-18 de maio de 2012. Disponível em http://www.acorn-redecom.org/papers/proceedings2012/020Herscovici_Portugues.pdf. Acessado em 20/07/2014

_____. Economia Política da Cultura, da Informação, do Conhecimento e da Comunicação: uma tentatica de definição epistemológica. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. EPITC online.** Volume 16, n.3, set.-dez, 2014. Disponível em www.revistaeptic.com.br

MCCHESNEY, Robert - The political economy of communication and the future of the field. **Media, Culture & Society** January, 2000

MEDINA, Cremilda – **Noticia um produto à vend**a. São Paulo: Alfa-Omega, 1978

MELO, José M. Prefácio. In BOLAÑO, César (org)- **Comunicação e a Crítica da Economia Política**. São Cristóvão, Editora UFS, 2008.

_____. Vanguardismo nordestino na configuração brasileira dos estudos de Economia Política da Comunicação. IN: MELO, J; Melo, P.B. (orgs). **Economia Política da Comunicação:** vanguardismo nordestino. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Editora Massangana, 2013

MORAGÁS, Miguel. Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación. **Signo y Pensamiento**, 47 vol. XXIV, julio-diciembre 2005. Disponível em http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/3674/2947. Acessado em 25/07/2014

_____. La comunicación, disciplina y campo de estúdio. La experiencia latina. **EUtopia,** vol7, 2014. Disponível em http://www.eu-topias.org/articulo.php?ref_page=29 Acessado em 28/07/2014

MOTA, Fábio; FREITAS, Lucio; BUSATO, Maria; PINTO, Eduardo. Um critério de demarcação entre a economia neoclássica e a heterodoxa: uma análise a partir da instabilidade estrutural. Revista Economia Ensaios, v.22.n.1, 2007

MOSCO, Vicent – La economia política de la comunicación: una tradición viva. IN: ALBORNOZ, L. (comp). **Poder, Medios, Cultura**: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires, Paidos, 2011

MURDOCK, G. e GOLDING, P. Culture, Communications and Political Economy. In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M. **Mass Media and Society.** London: Arnold, 2000.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **MATRIZes**, ano 5, nº 2, jan./jul., São Paulo, 2012.

THOMPSON, John. **Ideologia e cultura moderna**: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação. Petrópolis: Vozes, 1995.

VIÁ, Sarah C. da. **Televisão e Consciência de Classe:** o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Vozes, 1977

ZALLO, Ramón- Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. In: ALBORNOZ, L. (comp). **Poder, Medios, Cultura**: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires, Paidós, 2011

Capítulo 22

A maioridade dos estudos em políticas de comunicação

Juçara Brittes[1]

Introdução

Com pouco mais de duas décadas de existência, o Grupo de Pesquisa (GP) em Políticas e Estratégias da Comunicação inaugura uma nova fase – passa a realizar trabalhos coletivos, pautados por seus integrantes, o que indica a maturidade deste *locus* de reflexões acadêmicas e de produção de conhecimento.

Atualmente, mais de 20 pesquisadores, de várias instituições de ensino superior brasileiras estão envolvidos

1. Doutora em Ciências da Comunicação; Professora Associada do Curso de Jornalismo da UFOP, Vice-Diretora do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da UFOP, Coordenadora do GP Políticas e Estratégias da Comunicação da INTERCOM, Membro do Conselho Fiscal da INTERCOM e do Conselho Editorial da Revista Brasileira de Comunicação.

no proejto que analisa em profundidade os conceitos e referenciais teóricos enunciados nos papers apresentados nos congressos anuais da Intercom. A investigação aprofunda outras já realizadas sobre os conteúdos das comunicações, com o propósito de oferecer elementos para um debate teórico-acadêmico em Políticas e Estratégias de Comunicação[2]. De 2000 a 2013[3], foram apresentados 269 trabalhos por 343 autores, representando uma média anual de 19,2 trabalhos e 24,5 autores. Eles se enquadram em cerca de 80 assuntos, alinhados em dez categorias temáticas, que discutem políticas e estratégias da comunicação em seus mais variados aspectos.

Apanhado Histórico

Foi durante o XIII Congresso, realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), em 1990, que

2. A referida pesquisa foi iniciada em 2010, pela autora, em colaboração com a estudante de jornalismo Bruna Silveira. Continuou com a orientação de um projeto de Iniciação Científica da estudante Joyce de Cássia Pereira Afonso. Posteriormente a autora publicou a pesquisa no primeiro livro elaborado pelo GP em tela, Grupo de Pesquisa Políticas e Estratégias da Comunicação: identidade e perspectivas. In BRITTES, J.G. (organizadora). Saber militante: teoria e crítica nas políticas de comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom, 2013. Pgs. 25 a 49. ISBN 978858208041

3. Os dados baseiam-se nos anais disponíveis no site www.portalintercom.org.br .

os núcleos de estudo da Intercom começaram a constituir-se. No ano seguinte passaram a ter um caráter permanente sendo, então, divididos em conjuntos monotemáticos, dedicados às grandes áreas que integram o campo da Comunicação. Criaram-se, também, setores multidisciplinares, voltados para a viabilização do diálogo entre a comunicação e outras disciplinas. (PERUZZO e MOREIRA: 2002).

Criado em 1991, sob a denominação Políticas de Comunicação, o GP em tela buscava os seguintes objetivos, conforme Peruzzo e Moreira (2002):

- reunir a documentação das atividades de luta por políticas públicas democráticas de comunicação no País;
- documentar e analisar as legislações nacionais e internacionais da comunicação; *documentar e analisar as políticas de implantação de novas tecnologias no Brasil;
- abordar tópicos teóricos relevantes para o debate de uma política nacional de comunicação.

Entre 2000 e 2002, passa a denominar-se Políticas e Economia da Comunicação, agregando o antigo GT Economia das Comunicações. A alteração provocou tensões entre os pesquisadores fiéis ao alinhamento teórico inicial, causando dispersões e evasões.

A última alteração no formato dos núcleos criou oito Divisões Temáticas (DT) e as subdividiu em Grupos de Pesquisa, entre as quais instala-se o GP aqui apresentado. Inscreve-se, atualmente, na oitava DT, intitulada "Estudos

Interdisciplinares". Aí convive com mais cinco GPs, quais sejam: Economia Política da Comunicação e Cultura; Folkcomunicação; Semiótica da Comunicação; Comunicação Turismo e Hospitalidade e Teorias da Comunicação. Encontra-se sob a orientação de duas ementas: a geral, ditada pela DT, e a particular, definida pelo GP, assim escritas:

> Estudo da questão epistemológica da informação e da comunicação. Processos de conhecimento comunicacional em suas diversas dimensões: a semiótica, a informação, a cultura, a economia. Teorias e correntes teóricas do pensamento comunicacional. Palavras-chave: Epistemologia, teoria, correntes teóricas, semiótica, teoria política, folkcomunicação. (DT 8) [4]
> Estudos e pesquisas do fenômeno social da comunicação, tendo como referências teóricas, críticas fundamentais à economia política das comunicações, o espaço público e as indústrias culturais. Trata-se de abordagem multidisciplinar, a partir da qual busca-se uma melhor compreensão das relações sociais, principalmente as relações de poder, que constituem a produção, distribuição, consumo e regulação de recursos da comunicação e da cultura. O objetivo último é a proposição de alternativas democráticas para as comunicações. (GP Políticas e Estratégias de Comunicação)[5]

4. Dados obtidos no endereço http://www.portalintercom.org.br

5. Dados obtidos no endereço http://www.portalintercom.org.br

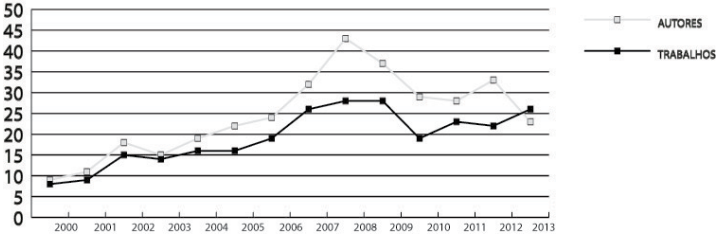
A referida pesquisa indica que o acervo alcança os objetivos da ementa, e já carrega, desde esta diretiva, o sintoma da militância embasada por dispositivos teóricos, o que será demonstrado na análise das categorias temáticas predominantes.

Presenças

No período estudado, correspondendo aos 14 últimos congressos da Intercom, o GP foi frequentado por 343 participantes, entre autores e coautores, os quais apresentaram 269 *papers*[6]. Observando-se a adesão por ano, percebe-se uma evolução significativa, iniciando em oito trabalhos e nove autores, em 2000; atinge 28 comunicações em 2008, com 43 autores - o maior número de participantes no período avaliado. Há uma redução destes quantitativos nos anos seguintes, acentuando-se, em termos de exposições, em 2010, quando aparecem 18 comunicações. O crescimento volta nos anos seguintes com, respectivamente, 23 e 22 trabalhos, assinados por 29 autores. A queda observada não foi seguida pelo número de *papers*, demonstrando, apenas, menor incidência de coautorias.

6. Entre 1995 e 1998 o GP registrou a apresentação de 42 trabalhos, conforme o livro Intercom: 25 anos (2002).

Gráfico1: trabalhos X autores X ano de apresentação



A análise da amostra, extraída dos anais divulgados no portal Intercom, mostra um fraco percentual de presenças consecutivas, e que nenhum autor participou de todos os congressos no período estudado. Esta instabilidade inicial tende a inverter-se nos últimos quatro anos.

Outra informação relevante, recolhida junto a Secretaria da Intercom, é que, até 2010, 21 associados mantinham um vínculo formal com o GP. São os chamados nucleados[7]. A listagem indica não haver correspondência entre a nucleação e a respectiva participação nos congressos nacionais. Remarca-se, ainda, que na ocasião nem todos os ex-coordenadores[8] estavam nucleados ao

7. Os sócios elegem um grupo de pesquisa de acordo com afinidades acadêmicas, sendo negada a possibilidade de nucleação a outros grupos da Intercom.

8. Desde seu surgimento até 2014, teve os seguintes coordenadores: Margarida K. Kunsch, Daniel Herz, Carlos Müller, Pedro Osório da Silveira, Juliano Maurício de Carvalho, Guilherme Rezende, Edgard Rebouças, Ada Machado e Juçara Brittes.

GP, demonstrando a rotatividade no que concerne o alinhamento dos grupos[9].

A situação modifica-se a partir de 2010. Além do aumento no número de nucleados, em nove pesquisadores, a coincidência com a participação dos mesmos nos congressos é notória. Houve novas adesões, além do esforço por parte da Instituição na atualização das informações.

Cartografia das Comunicações

O tratamento dos dados permitiu identificar dez categorias temáticas nas 269 comunicações. São elas, em ordem decrescente por número de trabalhos: Políticas Públicas de Comunicação, Comunicação Especializada, Estratégias de Comunicação, Marco Regulatório; Teóricos, Metodológicos e Epistemológicos; Tecnologias da Informação e da Comunicação; Plataformas Midiáticas; Internet; Direito à Comunicação e Indústria Cultural. Cada categoria está organizada em subtemas, totalizando 82 assuntos diferentes.

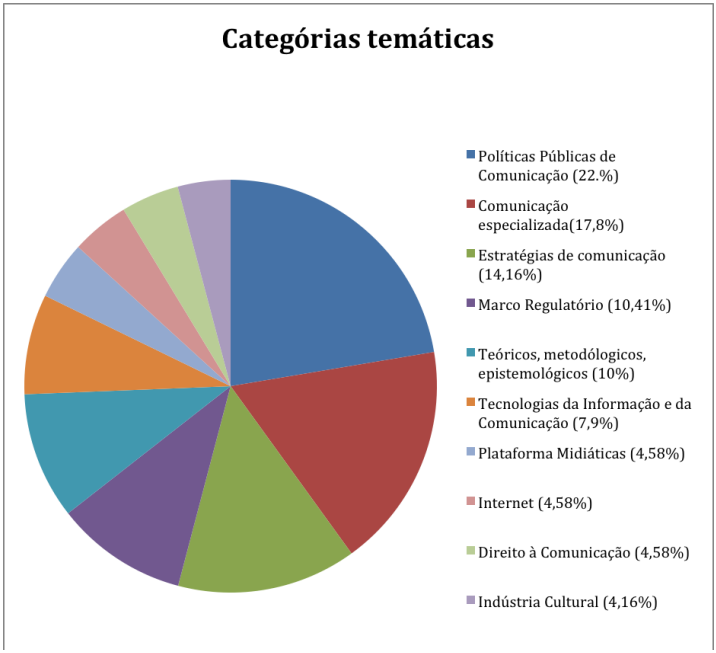
Ressalve-se que outras classificações podem ser realizadas, de acordo com o propósito do ordenamento. Esta foi a principal dificuldade no estudo do acervo, não auxiliada pelas palavras-chave nem pelos resumos. Ambos recursos têm, exatamente, o objetivo de orientar a recuperação de dados em sistemas de busca, tarefa compartilhada entre autores, avaliadores e gerenciadores de informações.

9. Conforme entrevista junto à secretaria da Intercom, há dificuldade nos registros, uma vez que cabe aos sócios atualizar os dados, o que nem sempre ocorre.

Observou-se, em grande parte dos casos, não refletirem os conteúdos. Os resumos muitas vezes são confundidos com parte da introdução, sendo necessário recorrer-se aos textos completos para reduzir a incorrência de erros. Na procura de fidelidade com os textos, elegeu-se agrupá-los na categoria cujo enfoque mostrou-se explicitamente.

Os quadros demonstrativos, apresentados a seguir, explicam melhor a classificação adotada para identificar os conteúdos de trabalhos acolhidos pelo GP. O primeiro elenca as categorias eleitas e o número de comunicações nelas classificadas.

Gráfico 2: categorias temáticas x número de trabalhos



Políticas públicas de comunicação

O assunto de maior ocorrência, presente em 22,5% dos trabalhos, é Políticas Públicas de Comunicação, agrupando os subtemas Grupos de Mídia, Sistemas Nacionais e Internacionais de Comunicação, Controle Social da Mídia, Atores Sociais, Modelo Econômico, Comunicação Governamental, Conferência Brasileira de Comunicação (CONFECOM), Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), Marco Regulatório, Meio-Ambiente, Saúde e Audiovisual. Todos eles são apresentados sob o enfoque das políticas públicas de comunicação, daí estarem agrupados na categoria citada.

Quadro 1: Políticas públicas de comunicação

Categria Temática	Abordagem Predominante
Grupos de Mídia	Os grupos midiáticos frente às Políticas Públicas de Comunicação
Sistemas Nacionais e Internacionais de Comunicação	Configuração dos sistemas nacionais e internacionais de comunicação sob o viés das Políticas Públicas de Comunicação
Controle Social da Mídia	Políticas Públicas com vista à maior participação da sociedade civil nos rumos dos seguimentos midiáticos
Atores Sociais	Estudos sobre atores sociais das Políticas Públicas de Comunicação

Modelo Econômico	Interferência do modelo econômico nas Políticas Públicas de Comunicação
Comunicação Governamental	As Políticas Públicas para processos comunicativos dos órgãos governamentais
CONFECOM	As Políticas Públicas de Comunicação e a primeira Conferência Nacional de Comunicação
EBC	As Políticas de Comunicação e a Empresa Brasil de Comunicação
Marco Regulatório	Pesquisas sobre a malha legislativa das comunicações sob a ótica das Políticas Públicas
Democratização da Comunicação	Políticas Públicas com vistas à democratização da comunicação
Políticas Sociais	Politicas Públicas em uma concepção teórica das políticas sociais mais amplas
Rádio	Políticas Públicas voltadas para a radiodifusão
LAI	Lei de Acesso à Informação, promulgada em 2012 sob o enfoque das políticas públicas de comunicação
Agências Reguladoras	Estudos sobre as agências reguladoras no campo da comunicação no âmbito das Políticas Públicas
Saúde	As Políticas Públicas de Comunicação voltadas para o campo da saúde

Audiovisual	Políticas Públicas de Comunicação aplicadas ao audiovisual
Pauta Jornalística / Agendamento	Correlações entre agendamento midiático e Políticas Públicas de Comunicação

Comunicação Especializada

Enquadramos em Comunicação Especializada os *papers* que ressaltam, preferencialmente, a comunicação em seu cruzamento com outros campos de estudo, tais como saúde, política e cultura. Representam 17,8% dos trabalhos e privilegiam a especialização dos fenômenos comunicativos face à ementa do GP. O quadro 2 demonstra os subtemas e respectivos enfoques, sendo que grande parte deles trata *cases* vivenciados ou eleitos pelos pesquisadores como objeto de estudos.

Quadro 2: Comunicação especializada

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Comunicação e Cultura	Enfocam a relação entre comunicação e cultura nas Politicas e Estratégias de Comunicação

Comunicação e Política	A comunicação no âmbito da política partidária
Comunicação Sindical	Processos e/ou propostas comunicativos de organizações sindicais
Comunicação Pública	Abordagens sobre experiências comunicativas realizadas por órgãos governamentais
Saúde	A comunicação em relação ou a serviço da saúde
Esfera Pública	A comunicação e seu papel na formação da esfera pública, processos de formação de opinião pela mídia
Comunicação Visual	Análise de textos imagéticos face às Políticas e Estratégias de Comunicação
Comunicação Ambiental	Estudos sobre a comunicação de temas ligados ao meio ambiente

Estratégias de Comunicação

Estratégias de Comunicação correspondem a 14,16% das comunicações e versam sobre diferentes ações comunicativas planejadas para atingir determinado objetivo junto ao público. São estudos a respeito de iniciativas, adotadas por distintos segmentos, sejam estes setores da sociedade civil, das esferas governamentais ou grupos

profissionais e empresariais. Também surgiram textos sobre as estratégias midiáticas observadas nos processos de agendamento jornalístico, nas atividades voltadas para o marketing, entre outros.

Quadro 3: Estratégias de comunicação

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Gênero	Ações comunicativas vinculadas à questão de gênero, com vistas a dar visibilidade a distintos segmentos
Grupos periféricos	Iniciativas em comunicação de grupos não hegemônicos
AI Governamental	Assessoria de Imprensa Governamental e suas estratégias
Construção de sentidos / Opinião	Estudos que pautam a comunicação na construção de sentidos ou opinião
Ethos do RP	Características do profissional de RP no âmbito das estratégias comunicativas
Impérios midiáticos	Ações de grupos de comunicação detentores de redes midiáticas
Pauta Jornalística / Agendamento / enquadramento	Estratégias na construção da pauta jornalística ou critérios de agendamento e enquadramento

Economia Política	Estudos utilizando enfoque teórico da Economia Política da Comunicação na construção de estratégias comunicativas
Regionalização da Comunicação	Experiências de processos comunicativos voltados para uma região específica – estudo da tendência à regionalização da comunicação
Marketing	O marketing e suas estratégias persuasivas

Marco regulatório

Estudos sobre o Marco Regulatório da Comunicação aparecem em quarto lugar, representando mais de 10% dos *papers*, como indica o quadro 4. Trata desde normas e leis para concessões de rádio e TV, classificação indicativa de conteúdos, até a regulamentação do horário político gratuito. Analisam as situações correntes de um segmento em constante movimentação no cenário da comunicação mundial.

Quadro 4: Marco regulatório

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Marco Regulatório	Estudos sobre a legislação regulado-ra da comunicação social
Audiovisual	Abarca trabalhos que tratam do marco regulatório no âmbito do audiovisual
Capital Estrangeiro	O marco regulatório na questão do capital estrangeiro presente nos veículos de comunicação
Concessões / Outor-gas	Leis e normas sobre concessões e outorgas do espectro eletromagnético
Conselho de Comunicação	Pesquisas que tratam do conselho de comunicação social previsto na constituição brasileira
Controle Social da Mídia	Formas de participação da socie-dade civil nos processos regulatórios da mídia

Propaganda para o Público Infantil	Regulação da propaganda destinada a crianças
Propaganda Política	Regulamentos da propaganda político-partidária
TIC´S	Espectro normativo das Tecnologias da Informação e da Comunicação
Modelo Econômico	A interferência do modelo econômico no aparato normativo dos meios de comunicação
Classificação Indicativa dos Conteúdos	Normas classificatórias de conteúdos

Estudos teórico, metodológico, epistemológico

A quinta categoria temática, com 10,0% dos *papers*, privilegia os aspectos teóricos, metodológicos ou epistemológicos dos estudos sobre os fenômenos comunicativos. São contribuições que permitirão, em estudos futuros, detectar os alinhamentos teóricos dos estudos agrupados no GP.

Quadro 5: Estudos teóricos, metodológicos e epistemológicos

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Economia Política da Comunicação	Discussões teóricas nos enfoques citados nas linhas à esquerda, mantendo-se a nomenclatura utilizada nos textos
Economia "Psico-Política" da Comunicação	
Enunciação Jornalística / Contrato de Leitura	
Sistemas de Comunicação	
Esfera Pública / Ação Comunicativa	
Comunicação Simbólica / Patrimônio Simbólico	
Comunicação e Democracia	
Análise do Discurso	
Políticas de Comunicação	

Plataformas midiáticas

Conforme o quadro 6, este é outro tema relevante, presente em 4,58 % das apresentações. As especificidades temáticas são observadas, neste conjunto, levando-se em conta as plataformas onde estão inseridas, sejam impressas, audiovisuais ou na Internet e a influência destas sobre as subcategorias.

Quadro 6: Plataformas midiáticas

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Mídia e Ética	Trabalhos que tratam da questão da ética nas plataformas midiáticas
Classificação Indicativa dos Conteúdos	A questão da classificação indicativa dos conteúdos nas plataformas midiáticas
Discurso Político	Pesquisas que discorrem sobre discurso político no âmbito das plataformas midiáticas
Esfera Pública / Sociabilidade	As plataformas midiáticas na formação da esfera púbica e/ou da sociabilidade
TV / Audiovisual	Produtos audiovisuais e tele-visivos nas novas plataformas midiáticas
Audiência	Estudos sobre audiência das plataformas midiáticas

Tecnologias da informação e da comunicação

O quadro 7 indica os subtemas estudados na categoria Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), correspondendo a 7,9 % dos assuntos. Reúne pesquisas que inter-relacionam as tecnologias com a comunicação, analisadas sob variados aspectos, desde as políticas públicas em debate ou adotadas para o segmento, até o modo pelo qual a questão de gênero vem sendo tratada no ciberespaço.

Quadro 7: Tecnologia da Informação e da Comunicação

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Políticas Públicas	Trabalhos que tratam da questão das políticas públicas voltadas para as TICs
Democratização	As TICs a serviço da democratização da comunicação
Comunicação Científica	Pesquisas que tratam do uso das TICs na divulgação da produção científica

Inclusão Social	As TICs como forma de inclusão social
Grupos de Mídia	Trabalhos que tratam daapropriação das TICs pelos grupos de mídia
Pauta Jornalística	Pesquisas sobre as TICs e o agendamento midiático
Gênero	Questões de gênero nos conteúdos veiculados pelas TICs

Direito à comunicação

Na categoria Direito à Comunicação (quadro 8) estão estudos de fenômenos midiáticos observados sob este enfoque, preferencialmente em sua face normativa. Aparecem na mesma proporção da categoria anterior, com 4,58% das apresentações ao longo do período estudado. Embora presente em vários outros textos, estão separados aqui os que elegem o Direito à Comunicação como objeto de estudo, aplicando-o a subtemas específicos, como a liberdade de expressão, entre outros.

Quadro 8: Direito à comunicação

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Liberdade de expressão / imprensa	Educação a distância e processos de comunicação na rede de computadores
Direito Constitucional	A política (ativista, partidária) utilizando a internet como plataforma
NOMIC	A utilização da internet para a prestação de serviços públicos por parte das instituições governamentais
Controle e Censura	A censura e o controle da informação no jornalismo, contrariando os princípios do Direito à Comunicação
Direito à comunicação / Informação	Estudos de conceitos aplicados a episódios envolvendo a temática

Internet

O tema Internet (quadro 9) alinha, representa, também, 4,58% dos textos e analisa a comunicação realizada especificamente por meio dessa plataforma. Os estudos recaem sobre subtemas variados, como ensino a distância, campanhas políticas, redes sociais, cidadania etc.

Quadro 9: Internet

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Comunicação online / EAD	Educação a distância e processos de comunicação na rede de computadores
Política na internet	A política (ativista, partidária) utilizando a internet como plataforma
E-gov	A utilização da internet para a prestação de serviços públicos por parte das instituições governamentais
Esfera Pública	A internet como plataforma estimuladora da esfera pública

Redes Sociais	Estudos sobre grupos sociais, de vários formatos, na internet
Cidadania	A internet como incentivadora dos atores sociais em sua busca pela democracia
Gênero	Questões de gênero nos conteúdos veiculados pelas TICs

Indústria cultural

Em Indústria Cultural estão os conteúdos que utilizam-se do conceito cunhado na Escola de Frankfurt para estudar fenômenos comunicacionais diversos: plataformas televisiva, gênero, democracia e políticas públicas. Representam 4,16% entre as categorias temáticas.

Quadro 10: Indústria Cultural

Categoria Temática	Abordagem Predominante
Indústria Cultural	Produtos culturais difundidos pela mídia com a finalidade de consumo, sob a ótica frankfurteana
TV	A indústria cultural na esfera da televisão
Gênero	Questões de gênero abordadas pela Indústria Cultural
Democratização	Democratização do acesso a produtos da indústria cultural
Políticas Públicas	Políticas Públicas voltadas para a indústria cultural

Análise

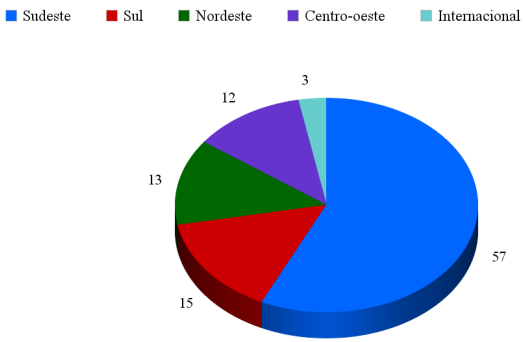
Este é um acervo considerável de estudos os quais, embora assinados por diferentes autores, em sua maioria apresentam traços em comum: de modo explícito ou não, partem da premissa da necessidade de democratizar a comunicação, tendo-a como uma utopia social ainda não alcançada. Indicam o direito à comunicação como princípio basilar a ser assegurado por meio do marco regulatório e da participação da sociedade civil em instâncias decisórias. Defesas de princípios como a pluralidade e o equilíbrio informativos, a eliminação das desigualdades nas competências comunicativas, aí incluído o redimensionamento das permissões e concessões para o setor audiovisual, encontram consonância na produção registrada, o que sugere o exercício da militância, em termos de políticas de comunicação, na produção intelectual do GP. Atende ao objetivo do GP, ditado por sua ementa, qual seja "a proposição de alternativas democráticas para as comunicações".

DESIGUALDADE REGIONAL

É da Região Sudeste brasileira que procedem 57% dos pesquisadores, seguida da Sul (15%), Nordeste (13%) e da Centro – Oeste (12%). A região Norte comparece com apenas um (1) trabalho, não tendo significância em termos percentuais. O comparecimento de autores desta

região é inferior ao de estrangeiros (3%). Ressalve-se que a categoria estrangeiro aplica-se à origem do estudo e não exatamente à nacionalidade do pesquisador, pois há trabalhos de cidadãos brasileiros realizados em instituições localizadas em outros países.

Gráfico 2: Pesquisadores X Procedência geográfica (%)



A divisão geopolítica da geração de conhecimento que o gráfico demonstra, na qual comparecem, em maior número, as localidades com índice de desenvolvimento socioeconômico mais elevado, coincide com dados detectados por inúmeras outras pesquisas, sejam locais ou globais. Fernando Barros (2007), por exemplo, ao detectar a concentração da produção científica e

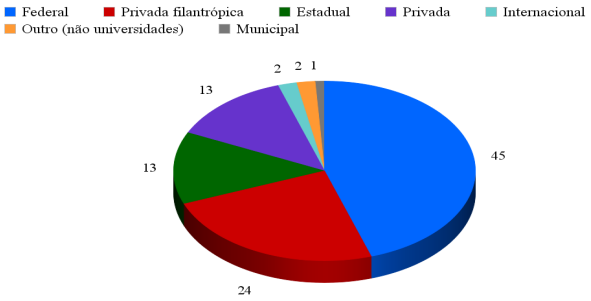
tecnológica nas grandes regiões mundiais, diz que esta também se manifesta na perspectiva intrarregional. Entre outras razões, indica, como causa da desigualdade, a ausência de políticas para o setor da ciência e tecnologia, adequadas às diferentes realidades. A tendência à concentração do conhecimento, explica Barros, não é associada somente a fatores econômicos. Inserem-se no contexto causas de ordem cultural, como o valor atribuído pela sociedade ao conhecimento.

Maíra Baugarten (2007) observa a supremacia da região Sudeste, seguida pela Sul, na distribuição percentual dos grupos de pesquisa no Brasil, ao estudá-los nas plataformas Capes e CNPq. Imagina-se que com a presença dos congressos da Intercom, as regiões menos favorecidas neste aspecto possam ter mais oportunidades de participação.

INSTITUIÇÕES

O tratamento dos dados nos informa, ainda, sobre a participação das Instituições de Ensino Superior (IES), às quais os pesquisadores se vinculam. Os números absolutos e os percentuais não correspondem aos demais dados da pesquisa porque os participantes, na maioria das vezes, são ligados a várias IES. Além disso, percebe-se uma flutuação dos mesmos entre escolas privadas, o que não ocorre no caso das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES).

Gráfico 3: Comparecimento X instituições (%)



A supremacia de pesquisadores provenientes de Instituições Públicas é uma realidade recorrente na história social e econômica do conhecimento. O Gráfico 4 demonstra que as IFES comparecem com 45% das participações, seguida das Instituições Estaduais de Ensino Superior (IEES), com 24 pontos percentuais. As escolas superiores municipais também se fazem representar, com 1%, elevando, desse modo, o percentual do setor público de ensino para 65%.

Já pertence ao senso comum a informação de que nestes âmbitos os pesquisadores recebem maior incentivo para pesquisar, assim como para a participação em eventos acadêmico-científicos. As instituições ditas filantrópicas, na medida em que recebem financiamento das agências federais ou internacionais de fomento,

também aderem ao expediente, apresentando-se com frequência (24%). Já as privadas afastam-se dos índices significativos, sabendo-se que na maioria das vezes a pesquisa de profissionais a elas ligada deve-se a esforços pessoais ou a parcerias. Ainda que em menor proporção, destaca-se o comparecimento de pesquisadores sem vínculo com instituições de ensino, representados no gráfico como outro, com 2% de participação.

CONCLUSÃO

A tendência à dispersão dos participantes e a harmonia no eixo central dos objetos estudados, entendidos como traços marcantes do Grupo, nos anima a levantar algumas hipóteses, na tentativa de entender sua trajetória. Tanto as políticas quanto as estratégias comunicativas são aspectos presentes nos fenômenos comunicacionais que se apresentam como objetos de estudo em grande parte dos demais grupos de pesquisa alinhados à Intercom. Entrevistas informais, com frequentadores assíduos a seus congressos, revelam uma dificuldade recorrente quanto a escolha do GP ao qual apresentar seus estudos, devido a este fator. Outro argumento a reforçar esta possibilidade é indicado pela leitura dos resumos dos *papers* apresentados em outros grupos. Demonstra a existência de superposições temáticas, próprias da inter e multidisciplinaridade que carateriza esta área do conhecimento. Portanto, a explicação oferecida

responsabiliza a tênue linha divisória entre grande parte dos GPs, somada à ausência de relações de pertencimento, pelo nomadismo de grande parte dos pesquisadores que deixaram suas contribuições ao GP Políticas e Estratégias de Comunicação.

A pesquisa identifica forte rotatividade na frequência ao GP, sendo que apenas 5% dos participantes podem ser considerados assíduos, tendo apresentado pelo menos quatro trabalhos. Note-se, contudo, um aumento significativo no número de *papers* desde o ano 2000, passando de 08 para 27 em 2009, apresentando ligeira queda em 2010, com 18 textos selecionados. .

Quanto à proveniência dos participantes, a região Sudeste comparece em maioria, (53%), seguida à distância pelas regiões Sul (17%), Centro-Oeste (14%), Nordeste (11%) e Norte (5%). Os percentuais comprovam a distribuição territorial da geração e divulgação do conhecimento, cuja desigualdade é desnecessário comprovar aqui.

As IES públicas estão muito adiante das demais. Somadas às federais (45%), estaduais (10%) e municipais (1%), representam mais da metade dos vínculos profissionais dos os autores. As filantrópicas e confessionais estão razoavelmente representadas (27%), havendo incidência menor de IES privadas, órgãos públicos, instituições internacionais e entidades empresariais (privadas).

Quanto aos temas, foram identificados mais de 80, sendo agrupados em dez objetos de estudos preferenciais, entre os quais as Políticas Públicas de Comunicação (22,5%) e estudos sobre Comunicação especializada, tais como comunicação e saúde, comunicação e cultura, comunicação política, entre outros, com 17,8%. Estudos de natureza teórica representam 10% do total e as TICs, 7,9%. Marco Regulatório, comparece com 10% dos temas, Direito à Comunicação, Internet e Indústria Cultural (4,58%) também estão representadas entre os assuntos tratados no GP.

Destacam-se, entre as conclusões, a harmonia temática e a variedade na especificidade das pesquisas, características que enriquecem o acervo de estudos sobre políticas e estratégias da comunicação. Por outro lado, os pesquisadores que lideram em termos de contribuições ao GP são reduzidos, recomendando-se ações propositivas para que a produção de conhecimentos neste segmento seja aprofundada.

REFERÊNCIAS

BARROS, Fernando Antônio Ferreira. A concentração da produção do conhecimento. In: MACIEL, Sarita e ALBAGLI, Sarita. (orgs.) **Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social.** UNESCO, IBICT, 2007. Págs. 297-314.

BAUGARTE, Maíra. Ciência & Tecnologia na semiperiferia e inovação social: desigualdade, excelência e competitividade. In: MACIEL, Sarita e ALBAGLI, Sarita. (orgs.) **Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social.** UNESCO, IBICT, 2007.

PERUZZO Cicília e MOREIRA, Sonia Virginia. orgs. **INTERCOM: 25 anos.** São Paulo: Intercom, 2002.

INTERCOM. Anais dos Congressos de 2000 a 2012. Disponível em www.portalintercom.ogr.br

Capítulo 23

Desafios da pesquisa em Folkcomunicação: trajetória e fortalecimento da disciplina em um cenário de transformações socioculturais

Karina Janz Woitowicz[1]
Cristina Schmidt[2]

Considerações Iniciais

Em uma trajetória de mais de 40 anos – tendo como marco a defesa da tese do pernambucano Luiz Beltrão[3]

1. Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR), coordenadora do GP de Folkcomunicação da Intercom (2013-2014), vice-presidente da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), editora da Revista Internacional de Folkcomunicação.
2. Doutora em Comunicação pela PUC-SP. Formada em Jornalismo e Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. É pesquisadora da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação Regional. Sócia Fundadora da Rede Folkcom e Sócia Colaboradora da INTERCOM. Leciona na Universidade de Mogi das Cruzes/SP, no Mestrado em Políticas Públicas, e na Faculdade Bertioga, onde também é coordenadora de curso.
3. Luiz Beltrão foi fundador do Instituto de Ciências da Comunicação (ICINFORM) e da revista *Comunicações & Problemas*,

sobre os "agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias", em 1967 –, a folkcomunicação tem se destacado como uma teoria brasileira sobre os intercâmbios entre a cultura popular e a comunicação massiva com inquestionável relevância para o estudo dos fenômenos comunicacionais em permanente transformação diante de novos cenários socioculturais.

De acordo com José Marques de Melo (2008, p. 90), a folkcomunicação "adquire cada vez mais importância, pela sua natureza de instância medidadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica". Esta característica multifacetada, que tem despertado interesse de pesquisadores da Comunicação e de áreas afins, permite a constante atualização de objetos e abordagens, tendo em vista as dinâmicas culturais em curso.

No presente artigo, são elencados alguns marcos da consolidação da teoria da folkcomunicação no âmbito das Ciências da Comunicação, com base em pesquisa bibliográfica e levantamento de dados relativos

---

primeira revista de Ciências da Comunicação.Foi o primeiro doutor em Comunicação no Brasil, defendendo sua tese sobre Folkcomunicação na Universidade de Brasília. Faleceu em Brasília, em 1986, deixando um vasto material de pesquisas, livros, textos sobre folkcomunicação, comunicação de massa, cultura popular, jornalismo e pesquisa em comunicação. Informações extraídas do Portal Luiz Beltrão: http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.htm.

à produção científica neste campo de estudos. Tem-se como referência os espaços acadêmicos de produção e difusão da pesquisa em folkcomunicação, tais como os grupos de trabalho mantidos em eventos científicos, os grupos de pesquisa desenvolvidos nas universidades e os indicadores de expansão da teoria.

O percurso desenvolvido ao longo do trabalho busca situar a relevância da folkcomunicação no pensamento comunicacional brasileiro, traçar o percurso de legitimação da teoria junto à comunidade científica, por meio da atuação de entidades científicas, e apresentar um mapeamento da contribuição do Grupo de Pesquisa de Folkcomunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) no fortalecimento da pesquisa na área e na descoberta de novos temas e abordagens, com ênfase nas mídias digitais e nas novas formas de comunicação de grupos e setores marginalizados.

A folkcomunicação no pensamento comunicacional brasileiro

A folkcomunicação figura como "segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação" (MELO, 2008, p. 89). Neste campo de pesquisas, que tem como personagem pioneiro Luiz Beltrão, entende-se que as manifestações da cultura popular constituem meios de comunicação que representam

uma forma de ação ou contestação dos grupos marginalizados. Segundo Beltrão (1971), a folkcomunicação se baseia na utilização de mecanismos artesanais para expressar mensagens em linguagem popular.

Na análise de Hohlfeldt (2007, p. 82), "mais do que pensar apenas uma teoria, Luiz Beltrão foi capaz de optar por uma teoria (modo de ver e explicar a realidade) capaz de dar conta plenamente daquela realidade por ele estudada", o que evidencia a importância dos estudos em folkcomunicação para as teorias brasileiras. Hohlfeldt (1997) reconhece a folkcomunicação como "comunicação de resistência" e observa sua natureza como "campo interdisciplinar, por exigir simultaneamente apelo a diferentes áreas não só das ciências sociais, em aproximações horizontais e equitativas, quanto multidisciplinar" (1997, p. 26).

Discípulo de Beltrão, José Marques de Melo (2003) reconstitui o itinerário intelectual do pesquisador, revelando as bases do que viria a ser uma teoria original e genuinamente brasileira, em que ganha força o sentido contestatório do folclore e dos meios informais de comunicação. Ao deixar um legado intelectual "fértil, instigante e provocativo", o autor observa a receptividade às ideias de Beltrão e também a resistência vivida pelo pensador ao enfocar em seus estudos a cultura do povo.

No percurso de consolidação da folkcomunicação, é importante destacar, além das contribuições do fundador da teoria, os seguidores que deram continuidade aos seus estudos, aprofundando e lançando outros olhares sobre os objetos da cultura, de modo a extrair reflexões

sobre os processos comunicacionais. José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Osvaldo Trigueiro e Joseph Luyten estão entre os discípulos diretos, responsáveis pelo desenvolvimento e projeção da teoria da folkcomunicação no Brasil e no exterior.

Marques de Melo (2008b) retrata o desenvolvimento dos estudos de folkcomunicação, que deram continuidade e atualizaram a teoria de Luiz Beltrão, destacando que os pesquisadores se deslocaram do estudo da recodificação popular das mensagens da cultura de massa para a "incorporação de bens da cultura popular pela indústria cultural".

> As novas correntes de estudiosos da folkcomunicação percorrem fluxo inverso àquele originalmente concebido por Luiz Beltrão. O fundador da disciplina privilegiou os autênticos processos folkcomunicacionais, bem como a folkmídia enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos mass media. Seus jovens discípulos procuram desvendar de que maneira a folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais, seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de RP ou invadindo os espaços de entretenimento. (2003, p. 344)

Marques de Melo (2008) revela as contribuições do legado beltraniano, destacando o pioneirismo e a pertinência da folkcomunicação e reconhecendo também as mudanças e inovações ocorridas nos estudos nos últimos anos.

> Depois de quatro décadas de acumulação de conhecimentos, torna-se indispensável revisar criticamente as transformações operadas na disciplina, na tentativa de discernir quais os elementos que permanecem imutáveis no período, quais as mutações evidentes e quais as tendências prenunciadas pelas novas gerações que deram sequência às ideias originais de Luiz Beltrão. (2008a, p. 53-54)

No entanto, o autor refere-se à reduzida valorização ou mesmo ao apagamento das contribuições brasileiras às ciências da comunicação nas pesquisas e instituições. A este respeito, analisa:

> Essa omissão pode ser creditada, em parte, ao "complexo do colonizado", vitimando os ocupantes de posições de "vanguarda" na nossa vida universitária, que só vislumbram cenários exógenos. Mas ela decorre, também, da ausência ou carência de fontes de referência destinadas a suscitar análises em torno dos autores de ideias endógenas por parte dos jovens praticantes dos ofícios midiáticos ou daqueles que pretendem dedicar-se ao seu mapeamento investigativo. (MELO, 2003, p. 10)

Ao discutir as novas tendências de pesquisa na área, Hohlfeldt chama a atenção para o fato de que a folkcomunicação é o "estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular

ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos" (2003, p. 02). Contudo, apesar da sua pertinência para as ciências da Comunicação, em função de se tratar de uma disciplina dinâmica e aberta a constante reinterpretação, sofre resistências para se incorporar no meio acadêmico, conforme também destacado por Marques de Melo.

Para Hohlfeldt, esta resistência se deve a dois aspectos: "de um lado, a falta de coerência, refinamento e acuidade teórica que boa parte dos pesquisadores de folkcomunicação evidenciam, terminando por confundir o conceito de manifestação folclórica ou de cultura popular como de folkcomunicação"; "de outro, o preconceito e a desconfiança, em boa parte motivados por nosso complexo de inferioridade cultural que prefere incorporar perspectivas estrangeiras àquelas nacionais, quando no estudo de fenômenos sócio-culturais" (HOHLFELDT, 2003, p. 04).

Por isso mesmo, a folkcomunicação tem enfrentado alguns desafios, que precisam ser superados para o fortalecimento e reconhecimento da disciplina no meio acadêmico. Na análise de Hohlfeldt (2012, p. 59-60), destacam-se: dificuldade para o acesso à bibliografia original de Luiz Beltrão; necessidade de se pensar prática e reflexivelmente os princípios teóricos da folkcomunicação; sistematização de uma metodologia e de tipologias para a pesquisa da folkcomunicação; recepção

da folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica nos cursos universitários de comunicação. De acordo com o autor,

> Gradualmente, a folkcomunicação vem encontrando espaço em meio aos estudos comunicacionais brasileiros, atingindo, já, aproximações com estudos semelhantes na América Hispânica e até mesmo na Europa ibérica, o que lhe garante não apenas sobrevivência, mas também possibilidade de diálogo, o insumo mais importante para a vitalidade de toda e qualquer teoria, seja em que campo for do conhecimento humano. (2012, p. 61)

Outras gerações de pesquisadores têm oferecido suas contribuições para o desenvolvimento e fortalecimento da teoria da folkcomunicação, seja por meio de grupos de pesquisa mantidos em suas instituições de origem, na participação em eventos da área, na publicação de trabalhos em periódicos especializados ou na produção de livros e coletâneas com estudos folkcomunicacionais.[4]

4. Informações detalhadas sobre a trajetória da folkcomunicação podem ser encontradas nos trabalhos de José Marques de Melo, Cristina Schmidt, Maria Cristina Gobbi e Betania Maciel. Entre eles, destacam-se: MELO, José Marques de; TRIGUEIRO, Osvaldo (orgs.). **Luiz Beltrão: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: UFPB; Intercom, 2008; MACIEL, Betania. Os estudos de folkcomunicação no campo comunicacional brasileiro. In: LIMA, João Cláudio Garcia

Neste sentido, uma importante iniciativa que merece registro é a publicação, no ano de 2013, do livro *Metamorfose da Folkcomunicação*, organizado por José Marques de Melo e Guilherme Moreira Fernandes. A obra é uma antologia de textos clássicos, em grande medida até então inacessíveis, acompanhados de notas introdutórias que situam os autores e os conceitos no tempo e no espaço. Em mais de mil páginas, o livro percorre a pré-história da folkcomunicação, os precursores e pioneiros, as matrizes empíricas, as contribuições atuais, até a institucionalização e a sedimentação da teoria. Oferece, portanto, as bases que consolidaram os estudos de folkcomunicação.

O resultado deste processo de consolidação da disciplina, que contou com a atuação efetiva de diferentes gerações de pesquisadores que se dedicam aos estudos dos processos folkcomunicacionais, pode ser verificado atualmente pela representatividade que tais estudos assumem nas entidades científicas da área e no desenvolvimento das pesquisas nas instituições brasileiras. De tal modo que, conforme Betania Maciel (2013, 232), "a comunidade acadêmica estaria hoje em prejuízo se ignorasse os aportes folkcomunicacionais".

R.; MELO, José Marques de. **Panorama das comunicações e das telecomunicações no Brasil**. 2012-2013. Vol. 4, Memória. Brasília: IPEA, 2013; SCHMIDT, Cristina, Folkcomunicação: memória institucional. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques; CASTRO, Cossete. (Org.). **Panorama da comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, 2010, v. 2; entre outros estudos.

A consolidação da pesquisa em folkcomunicação no âmbito científico

Os registros da trajetória de consolidação da teoria podem ser observados pela atuação de entidades científicas da Comunicação, que têm permitido o fortalecimento e a atualização da teoria original de Luiz Beltrão no âmbito da pesquisa na área. A Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – e a Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação - figuram como espaços de interlocução e difusão dos estudos focados na folkcomunicação, estimulando ainda diálogos interdisciplinares com outras áreas das Ciências Humanas e Sociais.

Para contextualizar alguns marcos da consolidação da pesquisa em folkcomunicação, é importante destacar o papel da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional como incentivadora dos estudos nesta área. Foi com o apoio da Cátedra que se realizou a 1ª Conferência de Folkcomunicação, na Universidade Metodista de São Paulo, em agosto de 1998, sob a coordenação do professor José Marques de Melo. O evento culminou com a criação da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), entidade que agrega pesquisadores que se dedicam aos estudos folkcomunicacionais, que desde o ano de 2004 se constitui como uma organização não governamental (ONG) de caráter científico.

A Rede realizou 16 eventos anuais em diferentes instituições brasileiras de ensino desde a sua criação até

2013, passando, a partir deste ano, a promover eventos bianuais.[5] A produção decorrente destes eventos está disponível em CD de Anais dos congressos e coletâneas de artigos publicadas em livro.

Também no ano de 1998 se tem registro dos primeiros trabalhos de folkcomunicação apresentados nos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da criação do Grupo de Trabalho de Folkcomunicação da Asociación Latino-Americana de Investigadores de la Comunicación (Alaic).[6] Além disso, a expansão internacional da folkcomunicação está contemplada no grupo de folkcomunicação da Federação das Associações Lusófonas de Ciências da Comunicação (Lusocom). Vale destacar, ainda, que a disciplina está contemplada na Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de

5. A descrição completa das conferências nacionais de folkcomunicação pode ser consultada em: SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: memória institucional. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques; CASTRO, Cossete. (Org.). **Panorama da comunicação e das Telecomunicações no Brasil.** Brasília: IPEA, 2010, v. 2.

6. Segundo Roberto Benjamin, que coordenou o GT de Folkcomunicação da Alaic, o grupo foi implantado no Congresso de 1998, na cidade do Recife, como uma homenagem a Luiz Beltrão.Ver: BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. Revista Alaic, año V, n. 8-9, enero/deciembre 2008. Disponível em: http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/75/73

Comunicação (Socicom), criada em 2008, tendo a Rede Folkcom como uma de suas filiadas.

Na análise de Schmidt (2010, p. 260),

> [...] passadas mais de quatro décadas com pesquisas regionais e nacionais, seminários regionais e conferências nacionais, pesquisadores envolvidos com as reflexões e produções acadêmicas em Folkcomunicação ganharam representatividade efetiva no campo da comunicação e conquistaram espaços nas principais organizações científicas.

Além da participação nas entidades científicas da área, uma das fontes de pesquisa para a identificação da presença da folkcomunicação nos estudos em Comunicação 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 CNPq[7] constitui um ponto de partida para o mapeamento proposto.[8] No último censo, constam dez grupos de pesquisa que fazem referência ao campo de pesquisa em folkcomunicação, dez que tratam

7. Fonte: http://lattes.cnpq.br/web/dgp. Acesso em 12/07/2014.

8. A consulta à base de dados deu-se por meio de busca por palavras-chave (folkcomunicação, cultura popular e comunicação popular). Foram selecionados apenas os grupos pertencentes à área da Comunicação.

de comunicação popular e onze de cultura popular, na área da Comunicação.

Entre os grupos focados em folkcomunicação, que mencionam esta abordagem teórica em sua descrição, constam: Comunicação, Cultura e Desenvolvimento (UEPB), Estudos de Folkcomunicação (UESC), Folkcomunicação e discursos organizacionais (UFPB), Grupo de Estudos sobre Cibermuseus - GREC (UFBA), Comunicação, Economia Política e Diversidade – COMUM (UFPI), Jornalismo Cultural e Folkcomunicação (UEPG), Jornalismo, Ciência e Sociedade (UFV), Mídias Digitais (UEPG), Grupo de Pesquisas em Políticas Públicas – GRUPPU (UMC) e Grupo de Estudos em Cultura Folclórica Aplicada (IFCE), este último da área da Antropologia.

Além destes dados, é importante destacar a existência de 15 linhas de pesquisa, em diferentes instituições, que estudam a folkcomunicação: Cultura Local e Regional (UFV), Discursos e gêneros folkmidiáticos nos cenários de produções culturais (UFPB), Estudos de jornalismo cultural e folkmídia (UEPG), Folclore e Comunicação (UFPI), Folkcomunicação (IFCE), Folkcomunicação (UFBA), Folkcomunicação, Análise do Discurso e Estudos Culturais (UESC), Folkcomunicação, manifestações populares e consumo cultural (UEPG), Folkcomunicação e Cultura Popular (UEPB), Folkcomunicação e Economia da Cultura (UESC), Gêneros e Formatos da Folkcomunicação (UESC), Processos jornalísticos, representações e práticas socioculturais (UEPG), Produção bibliográfica sobre mídia e cultura popular (UEPG),

Relações Públicas Folkcomunicacionais (UFPB) e Mídia e Políticas Culturais (UMC).

No cruzamento de dados do Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq com palavras-chave que se relacionam com ao campo de atuação da folkcomunicação, foram localizados outros nove grupos que estudam cultura popular[9] e oito que abordam a comunicação popular[10],

9. No total de 11 grupos da área da Comunicação que se dedicam à cultura popular, dois fazem referência à folkcomunicação (Jornalismo Cultural e Folkcomunicação e Comunicação, Cultura e Desenvolvimento, já elencados no levantamento anterior). Outros nove grupos investigam a cultura popular, mas não mencionam diretamente o referencial da folkcomunicação: Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (UESB), Midiatização e Indústria Cultural (UNICAP), Interfaces Sociais da Comunicação: Mídias e Educação, Políticas e Culturas (UFU), Comunicação, Mídia e Sociedade (UNISA), Estudos de Comunicação e Cultura (UNAERP), Comunicação, Sociedade e Cultura (UFPR), Comunicação, Memória e Cultura Popular (UEPB), Grupo CELACC (USP), Mídia, Educação e Cultura – Imagens e Espaços Populares de Mídias Contemporâneas, Indústria Cultural e Educação Audiovisual (UERJ).

10. Dos 18 grupos que enfocam seus estudos em comunicação popular, 10 são da área da Comunicação e dois deles estão voltados à folkcomunicação (Jornalismo Cultural e Folkcomunicação e Comunicação, Cultura e Desenvolvimento, já elencados entre os grupos de pesquisa). Os oito restantes abordam diferentes perspectivas sobre o tema, sem mencionar diretamente a folkcomunicação: Comunicação e História (UEL), Núcleo de Pesquisa em Comunicação Popular (UEL), Media Education (UNIFAP), Jornalismo Popular e Alternativo - ALTERJOR (USP), Co-

embora sem acionar explicitamente o referencial teórico da folkcomunicação.

Em outra consulta, realizada junto à base de dados do Portal de Periódicos da Capes[11], foram identificadas 30 pesquisas no banco de teses e dissertações que utilizam a folkcomunicação como aporte teórico. Deste total, nove foram defendidas entre os anos de 2011 e 2013, o que revela que a teoria está sendo trabalhada, em alguma medida, nos programas de pós-graduação do país, ainda que sejam poucas as linhas de pesquisa que explicitem o interesse pelo estudo dos processos comunicacionais inerentes às manifestações da cultura.

Outro dado ilustrativo da presença da folkcomunicação na comunidade científica pode ser percebido em uma consulta à plataforma lattes (CNPq)[12]. Em uma busca pela palavra-chave "folkcomunicação", constam 670 pesquisadores (de graduação, mestrado e doutorado) que, em algum momento de suas trajetórias acadêmicas, abordaram a folkcomunicação; destes, 175 são doutores.

Além destes indicadores, que permitem esboçar o reconhecimento da folkcomunicação no meio científico, é

---

municação, Ciência & Tecnologia e Sociedade (UNIPAMPA), Comunicação, Memória e Cultura Popular (UEPB), Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária e Popular (UESPI) e Comunicação, Sociedade e Cultura (UFPR).

11. Disponível no endereço: http://www.periodicos.capes.gov.br/. Acesso em 10/07/2014.

12. Disponível no endereço: http://lattes.cnpq.br/. Acesso em 10/07/2014.

válido destacar a criação de um periódico científico focado nos estudos folkcomunicacionais como parte do fortalecimento das pesquisas na área. Em 2003, quando foi publicada a primeira edição da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (RIF), em formato on-line (disponível no endereço http:www.revistas.uepg.br) e com periodicidade semestral até 2011, já se tinha como expectativa o lugar que o periódico iria ocupar como catalizador dos estudos folkcomunicacionais. Desde então, a RIF tem por objetivos difundir a produção científica em Folkcomunicação, incentivar a produção nessa área de Comunicação e propiciar conhecimento sobre o assunto para professores, pesquisadores e estudantes do campo.[13]

Em 2012, a RIF alterou sua periodicidade para quadrimestral, publicando, além das duas edições habituais, um dossiê temático, que se propõe a canalizar demandas

13. Com o apoio, desde o início, da Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, a RIF foi criando as bases para se legitimar como um espaço de produção científica em Comunicação. Inicialmente editada em parceria com o Instituto de Estudos Superiores de Brasília (IESB), sob coordenação do professor Antônio Barros, a Revista Internacional de Folkcomunicação logo se tornou referência na publicação de textos e resultados de investigações folkcomunicacionais. Em novembro de 2004, com o lançamento da quarta edição, o periódico passa a ser editado em parceria com a Agência de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). Atualmente, a Revista é publicada também com o apoio do Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG.

emergentes de pesquisa em folkcomunicação. O primeiro número do dossiê foi publicado em setembro de 2012, com artigos que tratam da temática "Sabores populares na mídia", com dez artigos resultantes de uma pesquisa integrada realizada pela Rede Folkcom, que identifica a cobertura midiática da gastronomia popular em diferentes estados do país. Em 2013, o tema foi "Festas Juninas: cenários folkcomunicacionais", com 11 artigos publicados. E, em 2014, a *Revista* irá abordar a temática "Folkcomunicação e ativismo", de modo a oferecer a contribuição da folkcomunicação aos estudos sobre a mídia dos movimentos sociais.

A trajetória de 11 anos da RIF é reveladora do amadurecimento acadêmico da folkcomunicação. Nas 25 edições da *Revista* (no período 2003-2014), foram publicados 171 artigos[14], além de dezenas de outros textos (em forma de ensaios, resenhas, entre outros), que tematizam diversos aspectos da folkcomunicação – desde a obra fundadora de Luiz Beltrão até os novos olhares e objetos contemplados neste campo de estudos.

Os artigos, resultantes de dissertações, teses, pesquisas e reflexões teórico-conceituais, indicam as tendências de pesquisa em folkcomunicação, aprofundam abordagens que originaram a disciplina e ampliam olhares e objetos referentes à cultura e à comunicação popular, contribuindo para a consolidação dos estudos folk

14. O levantamento dos textos publicados período de 2003 a 2009 foi realizado em pesquisa sobre a RIF desenvolvida por Sérgio Gadini (2010).

no Brasil e no exterior. As temáticas principais dos artigos publicados na RIF consistem na análise de objetos da cultura popular (manifestações religiosas, musicais, literárias, festejos populares, danças, rituais, expressões da cultura urbana, lendas, entre muitos outros objetos do universo folclórico), nas relações e apropriações entre a cultura popular e a comunicação massiva, na renovação das teorias de Beltrão, com diálogos e aproximações teóricas (em especial estudos culturais e teorias latino-americanas), na relação da folkcomunicação com a mídia comunitária/popular/alternativa, além de novos objetos propostos a partir da inserção das tecnologias.

O espaço da RIF no cenário das publicações científicas[15] é, portanto, resultado de uma trajetória de pesquisa em folkcomunicação que propõe alguns desafios: desvendar possíveis vias de investigação, considerando novos objetos e o fortalecimento de metodologias próprias da folkcom, valorizar o diálogo entre as contribuições conceituais da folkcomunicação e as observações e análises de pesquisa empírica, bem como a constante atualização do legado beltraniano.

Entende-se, com base nos elementos aqui elencados, que o percurso de mais de 40 anos da teoria

15. A RIF está presente em seis portais científicos: Portal LivRe!, Latindex, Portal Periódicos da CAPES, RedIberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, Sumários.org e IBICT/Seer. Além disso, a Revista Folkcom passou a integrar em 2011 a Rede de Revistas Científicas de Comunicação (Reviscom), coordenada pela professora Doutora Cicilia Krohling Peruzzo da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

da folkcomunicação foi marcado pela participação de pesquisadores de diferentes gerações em entidades científicas, grupos de pesquisa nas instituições e periódicos científicos, resultando na constituição de uma vertente de pesquisa que se legitimou no meio acadêmico pela força da pesquisa empírica e pela atualidade de seus objetos, conforme se pode observar na produção científica resultante dos principais eventos da área.

Contribuições do GP da Intercom para a pesquisa folkcomunicacional

A formação de grupos que enfocam a folkcomunicação em entidades científicas é reveladora da importância teórica assumida pela teoria. De acordo com Maria Isabel Amphilo (2011, p. 206), tais grupos possibilitam a "difusão da folkcomunicação e o debate construtivo de novas ideias e conceitos, gerando o fortalecimento e a sedimentação da área, além do movimento de internacionalização da folkcomunicação".

A autora realizou estudo sobre as produções científicas dos principais congressos que abarcam a folkcomunicação no período de dez anos (1998-2008), chegando a um total de 706 trabalhos: 490 nos Congressos da Folkcom; 149 no GP de Folkcomunicação da Intercom e 59 no GT de Folkcomunicação da Alaic, além de 8 tra-

balhos no Congresso Brasileiro de Folclore, que incorporou o GT em 2007.[16]

Ao longo de 16 anos, a Conferência Brasileira de Folkcomunicação totalizou 598 artigos produzidos por pesquisadores de diferentes regiões do país.[17] *De acordo com pesquisa realizada por Kevin Kossar Furtado e Sérgio Gadini (2013), entre as abordagens mais frequentes nos trabalhos encontram-se os estudos sobre* cultura popular, expressões folkcomunicacionais (etnias, religião, política, turismo, marketing) e comunicação popular/massiva, que concentram cerca de 50% das produções. Outro aspecto destacado pelo autor é a presença de reflexões interdisciplinares, que se desdobram em metodologias variadas para o estudo da folkcomunicação.

Ao lado da *Conferência Brasileira de Folkcomunicação*, o GP de Folkcomunicação da Intercom figura como um dos espaços mais representativos para a produção científica na área, ao agrupar pesquisadores interessados em desenvolver estudos baseados no referencial da folkcomunicação.

16. Levantamento completo da produção científica resultante dos eventos da área foi apresentado por Maria Cristina Gobbi (2011), em artigo sobre a pesquisa "Cartografia da folkcomunicação", coordenada pela autora, disponível no livro *Território da Folkcomunicação*.

17. Em estudo sobre os *15 anos da Conferência Brasileira de Folkcomunicação (1998-2013), Kevin Kossar Furtado (2013) analisa 540 trabalhos selecionados no evento. Como na 16ª Conferência foram inscritos 58 artigos, chegou-se ao total de 598 trabalhos ao longo das edições do evento.*

Sebastião Breguez[18], que atuou como primeiro coordenador do GP de Folkcomunicação da Intercom, relata que era coordenador do Seminário Nacional de Comunicação e Turismo (SEMITUR) e sugeriu ao Comitê Científico da Intercom a criação do Núcleo de Pesquisa de Folkcomunicação. A proposta foi aprovada e o pesquisador coordenou o GP no período de 2001 a 2006, sendo sucedido por Osvaldo Trigueiro de 2007 a 2009 e por Cristina Schmidt de 2010 a 2012.

De acordo com Breguez, o perfil dos participantes era de "iniciantes na área, sem muito domínio do tema e seus paradigmas metodológicos". "Os trabalhos apresentados, como reflexo do início da área de pesquisa, não estavam completamente sintonizados com o pensamento de Luiz Beltrão. Mas já tinham um bom potencial", observa.

O pesquisador lembra que os critérios para participar do grupo de pesquisa, que se mantêm até hoje, envolviam originalidade (ineditismo) do artigo, criatividade e rigor metodológico. Os temas predominantes nos trabalhos, ainda segundo Breguez, eram as "manifestações do folclore brasileiro com leitura comunicacional", como por exemplo artigos sobre frases de banheiro, literatura de cordel, artesanato popular, congado, folia de reis, religiosidade popular, etc.

Em sua avaliação sobre a trajetória do GP de Folkcomunicação da Intercom, Sebastião Breguez analisa:

18. Informações obtidas em entrevista realizada por e-mail em 15/07/2014.

> Penso que a área de pesquisa da Folkcomunicação evoluiu muito de 1988 até hoje. Os espaços de apresentação de pesquisas na INTERCOM ajudam muito o pesquisador porque ele recebe orientações de como caminhar corretamente. [...] É por isto que a área de Folkcomunicação está crescendo. Primeiro com a ajuda dos mais antigos que participam tanto da Rede Folkcom quanto da Intercom e de outras sociedades científicas que abrigam a Folkcomunicação. Temos hoje publicações como revistas, jornais e edição de livros que mostram a evolução do pensamento folkcomunicacional no Brasil e fora dele.

Cristina Schmidt, que também atuou como coordenadora do GP de Folkcomunicação, realizou um estudo sobre perspectivas de pesquisa na área tendo como corpus do estudo os artigos publicados no GP da Intercom. Segundo a autora, o grupo "abre seus olhares investigativos para a compreensão da diversidade cultural em suas produções com diferentes estaturas, vinculações técnicas, étnicas, estéticas e institucionais e, suas pesquisas adquirem maior importância quando realizam trabalhos empíricos e permitem o acompanhamento direto da manifestação cultural".

No levantamento realizado por Schmidt (2012, p. 14) sobre a produção do GP de Folkcomunicação da Intercom, são apresentados os seguintes dados:

> Nos primeiros 09 anos de NP de Folkcomunicação foram 107 trabalhos apresentados, em uma

> média de 12 trabalhos/ano. E, nos últimos cinco anos, tivemos um aumento considerável de trabalhos, foram 109, uma média de 22 trabalhos/ano. Nesses anos, trabalhamos com pesquisadores de todas as regiões brasileiras (Média aproximada: 38% Nordeste, 35% do Sudeste, 14% do Sul, 8% Centro-Oeste, 5% do Norte), representantes de universidades públicas e privadas (Média aproximada: 72% de instituições públicas, 28% de instituições particulares).

No total, desde a sua criação, em 2001[19], até o ano de 2013, o GP de Folkcomunicação da Intercom registrou 242 trabalhos selecionados. Este dado apresenta sintonia com as reflexões de Maria Isabel Amphilo (2011, p. 210) a respeito da expansão da pesquisa em folkcomunicação a partir das entidades científicas.

> [...] a folkcomunicação vem crescendo com o passar dos anos e, cada vez mais, aglutinando pesquisadores que trabalham na temática do folclore e cultura popular e suas relações, nas mediações e interfaces midiáticas geradas e que alimentam a indústria cultural do país. O estudo revelou a alta quantidade de citações de autores nacionais, devido à necessidade de se traduzir

19. Antes do ano de 2001, quando foi criado o Núcleo de Folkcomunicação, foram apresentados 15 trabalhos de folkcomunicação em outros espaços do Congresso da Intercom, no período de 1998 a 2000, conforme registro apresentado por Schmidt (2012) e Gobbi (2011).

> as informações midiáticas e os fatos folclóricos e práticas culturais, como também a citação de autores estrangeiros em busca de respaldo epistemológico e teórico-conceitual, que faz-se necessário para a fundamentação científica da folkcomunicação.

Na análise de Maciel (2013, 231), a respeito das perspectivas da pesquisa em folkcomunicação, as pesquisas desenvolvidas na área contemplam "as culturas populares e suas diferentes manifestações de hibridização da cultura folk e da cultura massiva; os estudos de recepção de mídias e programas de intervenção social; além das análises discursivas e os impactos das novas tecnologias da informação e comunicação na sociedade contemporânea".

Sobre esta última abordagem, pode-se observar que, nos últimos anos, de acordo com Schmidt (2009, p. 07), uma linha crescente de estudos "se propõe a pesquisar a apropriação das tecnologias da comunicação de massa (e outras) e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; aqui estão localizados os estudos que compreendem a utilização de meios tecnológicos para auxílio ou suporte de suas expressões".

Os trabalhos que tratam das manifestações culturais na internet e das transformações culturais no contexto das mídias digitais, que ganharam força nos últimos anos, abrem espaço para o estudo de novos objetos e práticas comunicativas que passam a ser analisadas pelo viés da folkcomunicação. Apenas para ilustrar esta observação, nota-se que, nos últimos cinco anos do GP de

Folkcomunicação (2009-2013), 14 artigos, em um total de 93 trabalhos, trazem investigações relacionadas à folkcomunicação na internet, o que corresponde a 15% dos temas de pesquisa apresentados pelo grupo.

Este dado confirma a análise de Schmidt (2012, p. 16), ao identificar os caminhos da folkcomunicação na era digital e observar as apropriações folk pela indústria da cultura:

> Pesquisadores de Folkcomunicação estão inseridos no contexto das "mídias digitais" e da economia voltada para o mercado cultural, que exige manifestações/produtos ágeis o suficiente para atuar nos meios com diferenciais; uma manifestação cultural mediada pelas possibilidades de negócios da indústria da cultura.

A constante atualização da teoria da folkcomunicação, verificada nos trabalhos que integram o GP de Folkcomunicação da Intercom, aponta para um momento produtivo da pesquisa na área, em que a natureza interdisciplinar da teoria caminha para a busca de especificidades da pesquisa folkcomunicacional, diante de novos objetos e cenários socioculturais.

Algumas considerações: desafios da pesquisa em folkcomunicação

A área da Comunicação é marcada pela pluralidade de vertentes teóricas e pela dinamicidade de seus objetos.

Neste sentido, cabe à folkcomunicação demarcar sistematicamente sua importância no meio científico, valorizando a pesquisa empírica e priorizando o rigor teórico-metodológico nas análises dos processos comunicacionais.

De acordo com Gobbi (2010, p. 55),

> Falar do cenário da comunicação é admitir que se trata de uma área que tem vivido constantemente sob a guarda da transição, mas é sobretudo entender diferenças, administrar valores, respeitar a diversidade, sobreviver na pluralidade de opiniões sem perder a perspectiva de que singularidades se apresentam como pontos de confluência entre os saberes, formando o grande campo da Comunicação. Tratar de Comunicação é administrar a amplitude das possibilidades, é enxergar a polaridade, mas é delimitar fronteiras, entender o cenário e os atores que nele encenam diariamente seus cotidianos.

Se "a área da Comunicação está cercada por desafios que eclodem em cenários diversificados, necessitando de consolidação e legitimação" (GOBBI, 2010, p. 57), ampliar as redes de pesquisa e os espaços de interlocução com a comunidade científica constitui uma prática que pode contribuir para a descoberta de novos caminhos para a pesquisa em folkcomunicação.

Neste sentido, entre os desafios da pesquisa em folkcomunicação estão o fortalecimento de estudos na graduação e na pós-graduação; a constante exigência de rigor científico nas pesquisas; e a difusão das perspectivas de

estudo em folkcomunicação, com novas abordagens, diálogos teóricos e objetos.

No momento em que folkcomunicação registra o reconhecimento acadêmico e o fortalecimento junto a entidades científicas, os espaços de diálogo entre pesquisadores, tais como os eventos da área, traduzem o compromisso de difundir a teoria diante dos desafios e perspectivas que se colocam ao campo da Comunicação no século XXI. Afinal, a pertinência teórica da folkcomunicação reside no estudo dos processos informais de comunicação protagonizados pelos grupos marginalizados de ontem e de hoje.

Referências

AMPHILO, Maria Isabel. Folkcomunicação: por uma teoria da comunicação cultural. *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, ano 15, n. 15, p. 193-212, jan/dez. 2011.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

FURTADO, Kevin Kossar; GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. Cartografia dos estudos folkcomunicacionais no Brasil: retrato temático dos 15 anos

da Conferência Brasileira de Folkcomunicação. XVI Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Juazeiro do Norte: UFC, 2013.

GADINI, Sérgio Luiz; CALIXTO, Adrielle da Costa. Breve cartografia dos estudos em Folkcomunicação: um retrato temático e editorial da Revista Internacional de Folkcomunicação. Comunicação e Sociedade, São Bernardo do Campo, ano 31, n. 53, p. 215-231, jan./jun. 2010.

GOBBI, Maria Cristina. Cartografia da Folkcomunicação no Cenário Latino-Americano. In: MACIEL, Betania; MELO, José Marques de; LIMA, Maria Érica de Oliveira (org.). **Território da folkcomunicação**. Natal: Editora UFRN, 2011.

_____. Panorama da produção de conhecimento em Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosette (orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Vol. 3. Brasília: IPEA, 2010. P. 15-61.

HOHLFELDT, A. C. Pesquisa em folkcomunicação: possibilidades e desafios. In: LOPES FILHO, Boanerges; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José (orgs.). **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012; p. 53-64.

_____. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional*. Universidade

Metodista de São Paulo, vol. 1, n. 1, set. 1997. São Bernardo do Campo: UMESP, 1997; p. 25-34.

_____. Pioneirismo no campo da comunicação. In: MELO, José Marques de; DALLA COSTA, Rosa Maria; FONSECA, Jovina. (Org.). **Paradigmas brasileiros em Ciências da Comunicação.** 1ed. São Paulo: INTERCOM, 2012, v. 5, p. 241-262.

_____. Contribuição aos estudos acadêmicos de Comunicação Social de Luiz Beltrão. In: José Marques de Melo; Osvaldo Trigueiro. (Org.). **Luiz Beltrão - Pioneiro das ciências da comunicação no Brasil.** 1ªed. João Pessoa; São Paulo: UFPB; Intercom, 2007, p. 85-99.

MACIEL, Betania. Os estudos de folkcomunicação no campo comunicacional brasileiro. In: LIMA, João Cláudio Garcia R.; MELO, José Marques de. **Panorama das comunicações e das telecomunicações no Brasil**. 2012-2013. Vol. 4, Memória. Brasília: IPEA, 2013.

_____. Folkcomunicação: origens da entidade. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques; CASTRO, Cossete. (Org.). **Panorama da comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, 2010, v. 2.

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

_____. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008a.

_____. Mutações em folkcomunicação: revisitando o legado beltraniano. *Razón y Palabra*, n. 60, enero/febrero 2008b. Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/mmelo.html

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

MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: memória institucional. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques; CASTRO, Cossete. (Org.). **Panorama da comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, 2010, v. 2.

_____. Folkcomunicação: caminhos enunciados pela era digital. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: UNICEMP, 2009.

SCHMIDT, Cristina; FREITAS, Bianca Gonçalves de. A indústria da cultura à luz da folkcomunicação e as contribuições para o desenvolvimento cultural e humano. XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Montevideo, 2012.

Capítulo 24

O processo semiótico da comunicação como estratificação e modelização

Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa[1]
Alexandre Rocha da Silva[2]

1. Graduação em Comunicação Social - habilitação Rádio e TV pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquisa Filho, fez mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica pela PUC--SP e pós-doutorado em Ciências da Comunicação na ECA--USP. É vice-líder do Grupo de Pesquisa Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura, certificado pela PUC-SP no CNPq, liderado pela profa. Dra. Lucrécia D'Alessio Ferrara. Em 2011 assumiu a coordenação do Grupo de Pesquisa de Semiótica da Comunicação da Intercom para o biênio 2011-2013, sendo reconduzida para o biênio 2013-2015. É professora Adjunta do Centro de Comunicação, Linguagens e Tecnologias Aplicadas da UFRB. Tem experiência nas áreas de Comunicação, Semiótica da Cultura, Retórica e Mídias.

2. Alexandre Rocha da Silva possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1994), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1999), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2003), doutorado-sanduíche em Sémiotique - Centre d Étude de La Vie Politique Française (2002) e pós-doutorado na Université de Paris III (Sorbonne-Nouvelle) (2005-6).

Introdução

Quando se pensa na relação entre Semiótica e Comunicação, é recorrente o entendimento da primeira como um método que permite apreender os sentidos produzidos pelas mensagens veiculadas nos mais variados meios de comunicação, independentemente do(s) código(s) utilizado(s), como a escrita verbal, a imagem ou o som. Em conformidade com essa perspectiva, à Comunicação caberia oferecer o objeto fenomênico a

---

Atualmente é pesquisador do CNPq (bolsista produtividade) e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Semiótica, Teorias da Comunicação, Audiovisualidades e Micropolíticas. Autor de *A dispersão na semiótica das minorias e Comunicação e minorias*, também participou da organização de livros, entre os quais *Imagem e tecnologias da representação, Audiovisualidades da cultura, Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias, Percursos semióticos: significação, codificação, semiose e interface*. Foi editor das revistas *Rastros* e *Em Questão*, e sub-editor da *Revista Fronteiras*. Atualmente é editor da *Revista Intexto*, coordenador da área de estudos básicos do Curso de Comunicação Social da Ufrgs, coordenador da linha de pesquisa Linguagem e culturas da imagem do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação da Ufrgs, vice-coordenador do Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e coordenador do Diretório CNPq Semiótica e culturas da comunicação (GPESC).

ser estudado, ao passo que à Semiótica restaria propor o método a ser empregado para a pesquisa. Com isso, no âmbito da pesquisa em Comunicação, a Semiótica exerceria uma função eminentemente instrumental, similar à *technè*, tal como ela foi definida pelos gregos, ou seja: um conjunto de regras que visa disciplinar os processos de interpretação de modo que, se aplicado corretamente, levaria ao alcance do objetivo pretendido.

Não há como não desconfiar desse forte viés hermenêutico que caracteriza tal compreensão, uma vez que ela pressupõe a existência de um sentido a ser desvelado por um sujeito que, de posse do instrumental necessário, seria capaz de imputar significado às coisas. Pode-se dizer que boa parte das críticas endereçadas à Semiótica decorre dessa compreensão equivocada, que tende a restringir a linguagem a um mero veículo de transmissão por meio do qual algo é comunicado. Com isso, ao sujeito cognoscente restaria ter a competência (ou seja, ser conhecedor da *technè)* necessária para desvelar o que uma mensagem quer dizer.

Entretanto, entendemos que o projeto semiótico seja outro. Como teoria sistêmica, ele procura descrever os diferentes mecanismos tradutórios implicados nas relações comunicativas. Tais descrições não são antropocêntricas, pois colocam em relação diferentes linguagens, as quais constituem inclusive o homem tal qual o podemos conhecer. Essa virada epistemológica de que a Semiótica faz parte nega os pressupostos anteriormente referidos, os quais a limitam a simples instrumento, e instaura os desafios teórico-políticos que vêm sendo enfrentados

pelo Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação (GPSC) do Intercom há mais de vinte anos.

Assim, este artigo visa apontar alguns caminhos que têm pautado nosso debate nos últimos anos, a saber: a descrição dos *agenciamentos* que conformam a máquina pragmático-abstrata cujo funcionamento se apresenta como objeto de estudos de uma Semiótica Crítica; o funcionamento semiótico da cultura, tendo em vista a perspectiva epistemológica colocada pela Semiosfera; a construção de um problema propriamente semiótico de comunicação e, por fim, a reconfiguração das ambiências com fundamento na expansão dos meios.

Das *estratificações aos agenciamentos* maquínicos

O primeiro desafio deste artigo consiste em retomar a ideia hjelmsleviana (HJELMSLEV, 2009) de *estratificação* da linguagem para pensar os *agenciamentos* coletivos de enunciação e maquínicos do desejo que fazem da linguagem uma questão antes política que linguística (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

Gilles Deleuze identificava Louis Hjelmslev como o príncipe espinosista da linguagem. Hjelmslev concebia a linguagem como dispositivo imanente graças ao qual "o homem modela seu pensamento, seus sentimentos, suas emoções, seus esforços, sua vontade e seus atos" (HJELMSLEV, 2009, p. 1). Esse processo de modelização torna a linguagem "a base última e mais profunda

da sociedade humana" (HJELMSLEV, 2009, p. 1). Logo, estudá-la significa compreender o modo como a própria sociedade humana se estrutura. Esse processo de estruturação da sociedade pela linguagem pode ser denominado Comunicação. É desta perspectiva que a Semiótica estuda os processos comunicativos: eles são processos de linguagem que modelizam pensamento, sentimentos, vontades.

Tal noção é fundamental para que compreendamos o rompimento trazido pela Semiótica em relação às teorias tradicionais (anteriores a Saussure), que afirmavam que o signo seria a expressão de um conteúdo que lhe era exterior. Para a Semiótica, o signo é um todo formado por dois planos solidariamente articulados: o de *expressão* e o de *conteúdo*. Não há função semiótica sem a presença dos dois planos. Logo, é a função semiótica que, ao colocar os dois planos em relação, permite a comunicação.

Conforme Saussure:

> Considerado em si mesmo, o pensamento é como uma nebulosa onde nada está necessariamente delimitado. Não há ideias preestabelecidas, e nada se distingue antes do aparecimento da língua... A substância fônica não é nem mais fixa nem mais rígida; não é um molde cujas formas o pensamento deva necessariamente tomar, mas sim uma matéria plástica que se divide, por sua vez, em partes distintas a fim de fornecer os significantes de que o pensamento necessita (SAUSSURE, 2006, p. 130).

Assim, para a Semiótica, é a *forma* que estrutura a linguagem. “”Numa ciência que evita qualquer postulado não necessário, nada autoriza que se faça preceder a língua pela *substância do conteúdo* (pensamento) ou pela *substância da expressão* (cadeia fônica)” (HJELMSLEV, 2009, p. 55). A *substância do conteúdo* é resultado da projeção de uma *forma* sobre a *matéria* do mundo, o que torna esse mundo inteligível. O mesmo ocorre com a *substância da expressão*, esta, resultado da projeção da *forma* sobre a *matéria* expressiva (cadeia fônica, por exemplo). Em relação solidária, esses *planos* produzem o signo.

É de tal perspectiva que se podem pensar as relações entre a Semiótica e as demais disciplinas. Cada disciplina enuncia seus saberes com base em *formas* que lhes são próprias. A natureza da *forma* semiótica são as linguagens: formalizamos o mundo (semioticamente traduzido como *substância do conteúdo*) e formalizamos nossas materialidades expressivas (semioticamente traduzidas como *substância da expressão*) na forma de linguagem. Assim, todas as demais disciplinas podem tornar-se matéria semiótica na exata medida em que as traduzimos como linguagem.

O mesmo ocorre com aquilo que as teorias tradicionais chamavam de referente. Semioticamente, esse referente - ou o mundo extralinguístico - constitui a *substância do conteúdo* que, recortado pela *forma*, e, em uma segunda instância, articulado solidariamente com o *plano de expressão*, produz signo e significação.

Todo esse trabalho de múltiplas traduções no *plano do conteúdo* - (1) do mundo que se traduz em *substância*

do conteúdo, (2) da *substância de conteúdo* que se mostra pela projeção da *forma* sobre a *matéria* (a *substância* é o resultado de tal projeção) -; e no *plano de expressão* – (1) das materialidades que se traduzem em *substâncias da expressão*, (2) da *substância de expressão* que se dá a ver pela projeção da *forma* sobre a *matéria* expressiva (a *substância* aqui também é resultado de tal projeção) - adquire estatuto comunicativo quando se produzem signos, os quais são resultados das relações solidárias entre os dois *planos* (*expressão* e *conteúdo*).

Aqui, podemos então especular que o estudo da Comunicação, do ponto de vista semiótico, tem, pelo menos, dois desafios: (1) debruçar-se sobre os processos de *estratificação* da matéria formada, tanto no *plano de expressão* quanto no de *conteúdo*, e (2) compreender as relações que os signos formados solidariamente por esses *planos* mantêm com outros signos no universo da Semiosfera, ou seja, compreendê-los em um sistema mais amplo, como textos da cultura, conforme discutiremos posteriormente.

Retomando a questão da *estratificação*, agora da perspectiva espinosista aludida por Deleuze e Guattari (1995), seria possível conceber que o que é *expressão* em uma dada circunstância comunicativa se transforma em *conteúdo* em outra situação. Tais permutações responderiam rigorosamente aos propósitos de uma Semiótica Crítica, cuja radicalidade implica reconhecer que

> tudo pode participar da enunciação, tanto indivíduos quanto zonas do corpo, trajetórias semióticas ou máquinas ligadas em todas as direções.

> O agenciamento coletivo de enunciação une os fluxos semióticos, os fluxos materiais e os fluxos sociais, muito aquém da retomada que pode fazer dele um *corpus* linguístico ou uma metalinguagem teórica (GUATTARI, 1981, p. 178).

Tal perspectiva nos leva a um duplo deslocamento: das *estratificações* para *agenciamentos* e de uma Semiótica Linguística para uma Semiótica Crítica. Os *agenciamentos – coletivos de enunciação* e *maquínicos do desejo* – são compreendidos por Deleuze e Guattari como máquinas mais amplas que a Linguística. Para eles, "a linguagem não é a vida, ela dá ordens à vida" (DELEUZE, GUATTARI, 1995,13); logo, seria possível imaginar um conjunto de processos de *estratificações* – econômicos, sociais, culturais, de gênero, micro ou macropolíticos – que não só fossem capazes de descrever os modos como circunstancialmente a linguagem dá ordens à vida, mas também identificar linhas de fuga que ensejam outras semióticas, semióticas críticas.

Com isto, não estamos identificando um rompimento de Deleuze e Guattari com o pensamento de Hjelmslev. Ao contrário: percebemos ali sua radicalização. O linguista dinamarquês avança em relação a Saussure ao perceber a complexidade dos *planos de expressão* e de *conteúdo*, enquanto o primeiro os concebia respectivamente como *significante* e *significado*. Mais importante que isto, contudo, é que Hjelmslev, ainda que fique restrito à linguagem, com o seu projeto de *estratificação*, dá a ver todas as sutilezas dos processos de diferenciação

tão caros a Deleuze e Guattari. É exatamente essa complexidade, associada a uma dinâmica de diferenciação explicitada em termos claramente espinosistas, que chama a atenção dos filósofos franceses.

O desafio de uma Semiótica Crítica passa a ser, então, o de formalizar (primeiro desafio da Comunicação anteriormente referido) e modelizar, (segundo desafio) como *máquina abstrata*, essas diferentes matérias-mundo de ordens econômicas, sociais, culturais, macro e micropolíticas; enfim, de formalizar/modelizar multiplicidades para que se compreendam os processos semióticos que Deleuze denomina, inspirado em Bergson, atualização. Atualizar é dar forma às virtualidades do mundo, modelizá-las.

Cada atualização – sempre territorial - comporta duas perspectivas temporais: uma sincrônica, dos *agenciamentos coletivos de enunciação* e *maquínicas do desejo*, e outra diacrônica, dos processos de *desterritorialização* e de *reterritorialização*. Na perspectiva sincrônica dos *agenciamentos*, o desafio é traçar as regras que colocam em relação os dois *planos*, porque para cada *agenciamento coletivo de enunciação* há outro *maquínico do desejo* que lhe corresponde solidariamente. Estamos sempre nessa bifurcação tão bem proposta anteriormente por Hjelmslev, com a diferença de que, em Hjelmslev, a bifurcação era linguística e, em Deleuze e Guattari, semiótica (nos termos da Semiótica Crítica aqui estabelecidos).

A atualização que advém da relação entre os *agenciamentos*, em Deleuze e Guattari, é sempre tensa, resultado de uma disputa política, não de uma macropolítica

institucionalizada, mas de uma micropolítica vital, de uma biopolítica, cuja finalidade é constituir formas éticas favoráveis à vida.

Percebem-se, aqui, os deslocamentos operados por Deleuze em relação ao pensamento de Hjelmslev, mas também uma espécie de continuidade. A chave para a compreensão dessa continuidade é o projeto de *estratificação* empreendido por Hjelmslev em termos de linguagem, que é levado a outras semióticas por Deleuze e, especialmente, por Guattari em *Líneas de fuga: por outro mundo de posibles* (GUATTARI, 2013).

O principal deslocamento – talvez a mais radical discordância – está na compreensão da *língua* como um sistema geral e abstrato. Deleuze e Guattari não admitem ser a descrição da *língua* a mais abstrata das tarefas de um investigador. Para eles, a *língua* – situada no universo dos possíveis – apenas é capaz de descrever regras formais. As regras da criação - responsáveis ontologicamente tanto pela invenção dos signos e dos textos quanto da própria *língua* - escapam à Linguística. Para o estudo delas, seria preciso compreender algo ainda mais abstrato que chamam de *máquina abstrata*.

A *máquina abstrata* não precede os textos, tampouco pode ser descrita fora dos *agenciamentos* que a enformam. Há aqui em Deleuze e Guattari uma radical aderência ao Pragmatismo, a que denominaram Esquizoanálise e que nós denominamos Semiótica Crítica. Para eles, o desafio de uma *máquina abstrata* não é o mesmo que o de uma *língua*, o desafio está em traçar diagramas de *agenciamentos* implicados em cada relação

[comunicativa]. A *máquina* é imanente aos atos. Não é uma metalinguagem, é um diagrama de forças, instável, responsável tanto pela produção de textos (atualizados) quanto pela produção das regras que os atualizam.

Se, no eixo sincrônico, encontramos relações tensas entre *agenciamentos coletivos de enunciação* e *maquínicos do desejo*, é no eixo diacrônico que, com maior clareza, podemos identificar as formas *territorializadas* dessas tensões com base nos processos de *desterritorialização* e de *reterritorialização* ali implicados.

Desterritorializar implica rachar um *agenciamento* solidariamente constituído entre *planos de expressão* e de *conteúdo*, entre *agenciamentos de enunciação* e *de desejo*. É aqui que se tornam pertinentes (1) os processos de *estratificação*, que, como já explicamos, vão de uma matéria-mundo a uma *forma de conteúdo*, e de uma *materialidade* a uma forma de expressão atualizáveis em relação solidária como signo a partir de uma dada função semiótica, e (2) os processos tradutórios que dão forma sistêmica às culturas produzidas em/por diferentes semiosferas. A *desterritorialização* é o próprio movimento em devir de geração de culturas.

Reterritorializar implica a função semiótica de pôr em relação solidária os *planos de expressão* e de *conteúdo*, de atualizar *agenciamentos coletivos de enunciação* e *maquínicos do desejo* em um dado regime de signo. A *reterritorialização* permite-nos perceber o caráter transitório e histórico tanto da formação de culturas, como das regras linguísticas. É por essa razão que Deleuze e Guattari contestam a universalidade dos postulados

linguísticos. Tais postulados só têm relevância, segundo os autores, em uma dada circunstância em que certo regime de signos impera. Compreender a transitoriedade desses regimes, perceber que universalidade dos postulados linguísticos é mais efeito que condição é uma das funções da Semiótica Crítica. Para a Semiótica Crítica, a linguagem é antes caso de política que de linguística.

Tal perspectiva diacrônica possibilita-nos observar, na esteira foucaultiana (1995), diferentes regimes do *visível* e do *enunciável* (DELEUZE, 1988). É possível, por exemplo, perceber que não há, necessariamente, correspondência sincrônica entre o que se diz e o que se vê, embora, no tempo, se possam perceber procedimentos (políticos) que tendam a fazer que as diferenças se conformem umas em relação às outras, produzindo uma espécie de estabilidade. Essa estabilidade nada mais é que um pico de *territorialização*, em que as forças mais conservadoras atuam a despeito de todas as ações micropolíticas que a elas subjazem. Os exemplos trazidos por Foucault a respeito da loucura, das prisões e da sexualidade evidenciam com muita clareza tais aspectos e tais idiossincrasias.

É da perspectiva de uma Semiótica Crítica que a Comunicação pode ser estudada (1) processualmente como *estratificação*, não apenas de linguagens; (2) estruturalmente, como função semiótica que coloca em relação sempre, pelo menos, dois *funtivos* (*de expressão* e *de conteúdo*; *de enunciação* e *de desejo*); (3) historicamente, em suas rupturas *desterritorializantes* e em seus acordos *reterritorializantes*, e (4) culturalmente, a partir de seus processos tradutórios e nos meios que, uma vez criados, geram sempre novas ambiências.

A dimensão epistemológica da semiosfera

Se, conforme apontamos anteriormente, os processos comunicativos são, essencialmente, *formas* que atualizam as virtualidades do mundo, logo, cumpre questionar: como se dá a operacionalização dos mecanismos que conferem materialidade à linguagem, pelos quais, ela "dá ordens à vida", tal como enfatiza Deleuze? Tendo em vista aquilo que entendemos ser o *projeto semiótico*, essa questão torna-se central, uma vez que são esses mecanismos que permitem apreender a maneira pela qual a linguagem traduz as informações que estão no mundo, da mesma forma que elucida por que razão formas representativas não se limitam a ser um mero transporte de dados e sentidos. Para tanto, nossa argumentação tomará como ponto de partida a perspectiva de estudo da cultura formulada pelos semioticistas da Escola de Tártu-Moscou, que teve em Iuri Lotman um dos seus principais representantes. Longe de ser aleatória, essa escolha deve-se, essencialmente, a dois fatores.

Em primeiro lugar, para os semioticistas da Escola de Tártu-Moscou, a linguagem não se restringe a ser um mero canal de transmissão de significados, por meio do qual são estabelecidos os vínculos comunicativos. Antes de mais nada, cabe a ela "organizar estruturalmente o mundo que rodeia o homem" (LOTMAN, 2000, p. 171), conferindo materialidade àquilo que entendemos por *cultura*. Isso pode ser entendido por meio da ação dos seus "dispositivos codificantes" (2000, p. 185), dentre os quais a modelização é o principal.

Para os autores, toda linguagem é tanto um sistema de comunicação quanto um sistema modelizante (1978), de modo que essas duas funções estão diretamente relacionadas. No âmbito do pensamento semiótico, modelizar implica lidar com modelos dinâmicos, constituídos com base em um conjunto de invariáveis dentro de variáveis. Tais variáveis, por sua vez, devem ser entendidas pelos códigos constitutivos dos sistemas. Enquanto as invariáveis consistem no elemento comum compartilhado pelas variáveis, responsáveis por manter a ordenação do sistema e impedir a sua entropia, as variáveis são fruto das trocas estabelecidas entre diferentes esferas. Por meio desse movimento, os semioticistas da cultura enfatizam a impossibilidade de delinear uma regularidade que permita definir um padrão de funcionamento único para uma dada linguagem. Por esse motivo, no campo da modelização semiótica, os componentes de um sistema nunca são analisados isoladamente, pois o que se busca apreender é a interação que se estabelece entre eles, considerando-se inclusive as trocas com outras esferas, pelas quais se dá o processo tradutório das variáveis.

É justamente por causa da sua capacidade modelizante que a linguagem pode ser entendida como um dispositivo central da cultura, capaz de dar forma às virtualidades do mundo. Além disso, como enfatiza Lotman, cada sistema e/ou linguagem possui um modo de ordenação próprio, o que permite apreender a heterogeneidade que distingue o espaço da cultura. Com isso, operacionaliza-se o processo de *estratificação* das

linguagens, como, também, de todo o entorno relacionado a elas, cuja amplitude abarca diferentes esferas da sociedade e da cultura.

O segundo fator decorre do viés epistemológico que caracteriza o funcionamento do chamado *espaço semiótico* ou *semiosfera*, por meio do qual se pode apreender a ação do dispositivo modelizante. Ao invés de estabelecer uma prescrição para o processo interpretativo, voltado para o resgate de um sentido posto, o funcionamento da *semiosfera* permite-nos apreender as condições de possibilidade de edificação dos signos e, por consequência, de emergência dos sentidos. Disso decorre o seu lado eminentemente epistemológico: ao tomar como foco o devir dos signos na cultura, a *semiosfera* busca contextualizar tanto a dimensão ontológica que fundamenta o funcionamento da linguagem quanto as condições a serem consideradas no processo de edificação do saber sobre as formas representativas, da mesma maneira que elucida por que esse saber é sempre parcial, em virtude do próprio movimento que distingue o objeto estudado.

A conceituação desenvolvida por Lotman tem como base a definição de biosfera, elaborada pelo cientista russo Vladimir Ivanovich Vernadsky. A biosfera (LOTMAN, 1996, p. 22) consiste numa película disposta sobre a superfície planetária que envolve todos os organismos vivos, responsável por transformar a energia solar em energia física e química, ambas direcionadas para a modificação da matéria viva do planeta.

Em analogia ao conceito desenvolvido por Vernadsky, Lotman (1996, p.22) define a *semiosfera* como um

continuum semiótico ocupado pelos textos, linguagens e códigos dotados de individualidade semiótica e caracterizados pelas mais variadas formas de organização. Esse "gran sistema" (1996, p.24) funciona como um mecanismo único ou, ainda, constitui um *espaço semiótico* de relações, sem o qual, a comunicação e a reconfiguração sistêmica seriam inviáveis. Nesse caso, não é a soma das mensagens produzidas por diferentes sistemas que compõe *semiosfera*, mas é o movimento e a inter-relação entre diferentes tipos de formações sígnicas que constroem e qualificam o espaço semiótico, pois "Sólo dentro de tal espacio resultan posibles la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva de información [...] La semiosfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis" (LOTMAN, 1966, p. 23-24).

A *semiose* designa uma característica intrínseca às relações sígnicas: a possibilidade de geração de um signo por outro. Essa nova representação, segundo Charles Sanders Peirce, é denominada signo interpretante. Segundo a concepção triádica desenvolvida pelo autor, todo signo representa parcialmente algo distinto dele próprio, seu objeto; e determina um signo de igual valor ou mais desenvolvido, chamado de interpretante. Independentemente da existência de uma mente externa que o interprete, é da natureza lógica do signo a capacidade de gerar outro signo, e essa produção ininterrupta de um pelo outro é definida como semiose ou *ação do signo*. No campo mais amplo da cultura, é possível observar uma forma específica de semiose, em que as

trocas operacionalizadas entre sistemas são codificadas pelos textos inseridos no espaço da *semiosfera* que, por sua vez, explicita esse *continuum semiótico* ou semiose incessante.

É importante ressaltar que a *cultura* não pode ser entendida como uma totalidade abarcada pelo *espaço semiótico*. Para os semioticistas da Escola de Tártu, são os diferentes sistemas (teatro, cinema, folclore, música, religião, como, também, as mídias) que, em diálogo, produzem os textos culturais. Logo, a cultura deve ser entendida pela diversidade e pela singularidade dos seus sistemas modelizantes.

Essa breve síntese permite-nos vislumbrar como tal abordagem propõe, de imediato, uma questão a ser considerada quando da análise de qualquer produto cultural: a necessidade de olhar para a sua materialidade constitutiva, livre de um *a priori*, na tentativa de apreender aquilo que se mostra da maneira mais imediata num determinado arranjo sígnico para, posteriormente, proceder a sua discriminação semiótica. Para tal, o mecanismo da *fronteira* torna-se essencial. Segundo Lotman, a *fronteira* distingue-se por uma ambivalência, pois ela tanto une quanto separa. Por meio dela, é possível apreender os processos tradutórios edificados entre diferentes sistemas, como, também, delinear aquilo que, efetivamente, foi colocado em relação, ou seja: pela *fronteira* é possível proceder uma espécie de arqueologia de um texto cultural, não com o objetivo de chegar a sua origem constitutiva (o que, pela perspectiva da semiose, seria inviável) ou mesmo desvelar o sentido que nele se

encontra escondido, mas, sim, verificar, na sua materialidade, aquilo que foi colocado em relação e, por meio de inferências, buscar apreender os sentidos que aquela mensagem é capaz de incitar. Cumpre salientar, ainda, que, justamente por causa da ambivalência e por requerer o exercício diacrônico de análise, a *fronteira* consiste num mecanismo central para apreender os processos de *desterriorialização* e *reterritorialização*, relativos à ação exercida pela *máquina abstrata*.

Nota-se, assim, que são as relações que um texto estabelece com outros que, efetivamente, qualificam o *espaço semiótico*. Nesse processo, dois aspectos devem ser considerados.

Primeiro, como a linguagem e os sentidos estão sempre em devir, qualquer inferência é fruto de uma relação espaço-tempo única que, por sua vez, também não esgota as possibilidades expressivas de um determinado texto. É necessário considerar que os processos tradutórios materializados num determinado arranjo sígnico também são dotados de uma comunicabilidade própria, ou seja, há algo passível de ser comunicado pelo texto que pode ser depreendido da sua própria heterogeneidade compositiva. Quanto a isso, não se pode negar a maneira pela qual determinadas tendências compositivas, identificadas num determinado período, podem, e muito, contribuir para a compreensão de um momento histórico específico. Dessa forma, os textos culturais passam a exercer o papel de um importante metatexto, uma vez que propiciam a construção da inteligibilidade (também parcial, é bom que se diga) de uma época.

Em segundo lugar, cabe ao sujeito colocar-se em relação às mensagens produzidas pelos sistemas também como um texto cultural, tal como aponta a dimensão pragmática da cultura definida por Lotman (1996, p.98). O aspecto pragmático diz respeito ao "trabajo del texto", na medida em que, para que seja colocado em ação na cultura, algo externo precisa ser introduzido ou posto em relação com o texto.

A singularidade da abordagem desenvolvida pelo semioticista da cultura decorre do entendimento do leitor como um dos elementos de fora que interage com o texto, a ponto de esse indivíduo ser também considerado outro texto. Essa dimensão textual do leitor rompe com a centralidade da ideia de um sujeito que deve atribuir sentido ao mundo para colocá-lo na condição de um signo que se insere num determinado espaço de relações (ao mesmo tempo em que também qualifica). Com isso, seu modo de relacionar-se com os textos culturais está diretamente vinculado aos processos tradutórios presentificados na sincronicidade de um determinado arranjo sígnico, cuja apreensão não pode prescindir da delimitação da *fronteira semiótica*.

Dessa forma, no âmbito da perspectiva epistemológica de estudo dos signos colocada pelos semioticistas da Escola de Tártu, é possível apreender de que maneira a linguagem se encontra num contínuo vir a ser. À medida que novos arranjos textuais são formados, novas virtualidades são atualizadas, contribuindo, assim, para a ampliação das relações que qualificam o *espaço semiótico*, cuja heterogeneidade diz muito sobre a própria cultura.

A comunicação vista do ponto de vista semiótico e os ambientes comunicacionais

Reconhecer as singularidades dos meios, das linguagens, dos códigos e textos culturais, suas transformações e, ao mesmo tempo, o diálogo entre todas elas, constitui um exercício semiótico vital para apreender o *continuum* da cultura e para repensar as possibilidades de interação entre Semiótica e Comunicação. Ao conceber a Comunicação pelas trocas estabelecidas entre sistemas em constante interação, a Semiótica pode conferir à Comunicação outra perspectiva analítica, em que

> Substitui-se a comunicação pela relação comunicativa, a explicação pela interpretação, a descrição pela análise, o tema pela pergunta, a epistemologia modelar pela sagacidade do olhar científico produtor de conhecimento como coisa viva (FERRARA, 2003, p. 62).

Desse modo, a Semiótica deixa de exercer a função de uma mera *technè* para se configurar numa forma de raciocínio que permite vislumbrar a diversidade, a heterogeneidade e, sobretudo, o movimento que processa o devir da cultura e da comunicação. Com isso, torna-se viável depreender o modo pelo qual a Comunicação pode ser entendida como um problema semiótico, tal como indica Machado (2002, p. 214).

Para tal, é imprescindível considerar a comunicação no seu contínuo vir a ser, nos efeitos pragmáticos que

pode gerar nas mais variadas esferas da sociedade e da cultura. Cumpre ressaltar que a questão relativa aos efeitos não deve ser vista da perspectiva causal e lógico-dedutiva que, há muito, tem orientado a pesquisa em diferentes áreas, a começar pela própria Comunicação, mas da perspectiva de uma Pragmática (ou Esquizoanálise, conforme referimos anteriormente). Como bem aponta Machado (2011, p. 126), no âmbito da produção científica, os efeitos também devem ser entendidos "do ponto de vista de suas reverberações de uns sobre os outros, de modo a criar um ambiente", visto que "muitas das observações que realizamos de nossos objetos não cabem na descrição de estados finais, mas reivindicam interpretação baseada em efeitos", ou seja, na maneira pela qual um fenômeno resvala em outro pela semiose. Tal como enfatiza Lotman, nesse cenário, a Comunicação deve ser entendida como um processo de "complicação progressiva" (1996, p. 67), em virtude do aumento da diversidade de vínculos que um texto é capaz de gerar, o que a torna cada vez mais heterogênea do ponto de vista semiótico.

No âmbito dos meios, um dos principais objetos de estudo do campo da Comunicação, esse processo coloca-se de forma ainda mais premente. Não há como pensá-los sem considerar o espaço de relações que eles constroem entre si e com outras esferas culturais. Nesse caso, meios são entendidos na sua dimensão essencialmente ambiental, tal como eles foram definidos pelo canadense Marshall McLuhan. Ao se constituir como o prolongamento de um determinado órgão sensorial,

todo meio distende, igualmente, a cognição diretamente relacionada a um sentido. Por conseguinte, são os efeitos sociais, psíquicos e cognitivos gerados pela intromissão de uma nova tecnologia que caracterizam o ambiente relacionado a um meio, ao mesmo tempo em que definem a sua dimensão comunicativa.

Assim como na abordagem semiótica, quando do estudo dos meios como ambientes, o foco da análise passa a ser o(s) efeito(s) que, no caso das extensões, não podem ser dissociados das mudanças geradas no sensório humano. Além de serem quase sempre imprevisíveis, tais efeitos tampouco são passíveis de controle. Conforme aponta Machado "exatamente porque os efeitos são processos em transformação, McLuhan entende que não se trata de nomear coisas, mas de compreender a operação distintiva qualificada do movimento" (2011, p. 127).

Quando surge, um meio não elimina seus antecessores, mas ressignifica-os, de modo que diferentes meios subsistem sincronicamente na cultura em constante interação. Por isso, segundo o autor, todo ambiente apenas se torna perceptível pelo contraponto instituído pelo seu contra-ambiente ou antimeio. Um meio predecessor (ou mais de um) é sempre o *conteúdo* do novo meio, o que faz que os traços de um determinado ambiente sejam modificados por aquele que surge, da mesma forma que o novo tende a conferir outra função para aquele que já existe. Como McLuhan afirma (1973, p.198), a interação entre diferentes meios ocorre mediante complexos processos de transdução, pelos quais seria possível apreender uma espécie de movimento próprio da cultura, em

decorrência de um *continuum* tradutório ininterrupto estabelecido entre diferentes ambiências.

Nota-se, assim, que o estudo dos meios também não pode prescindir da dimensão epistemológica que envolve a *semiosfera*. Aliás, é porque estabelece vínculos com outras esferas e, com isso, constrói um espaço de relações singular, que se pode depreender o que, efetivamente, define um meio. Inclusive, é com base nessa perspectiva que a célebre frase "o meio é a mensagem" (1993, p. 21), proferida por McLuhan, deve ser entendida. A despeito daquilo que é veiculado num determinado meio, os vínculos que edificam sua ambiência elucidam, e muito, a própria que ele apresenta.

É com base nessa perspectiva que se torna possível situar a abordagem semiótica dos meios, voltada não para elucidar os significados gerados pelas mensagens, mas, sim, para delinear as relações que os meios edificam entre si e com outras esferas culturais. Conforme aponta Machado, essa perspectiva de estudo que toma por base os efeitos permite apreender que

> O efeito explicita sua condição multiplicadora: pode ser tanto efeito de sentido (do ponto de vista sensorial) quanto efeito de sentido (do ponto de vista intelectual). Afinal, em português a palavra sentido designa ambas acepções. O efeito pode ser, assim, entendido como capacidade cultural interpretativa que une percepção e cognição (2011, p. 125).

Tal capacidade que a Semiótica da Cultura tem de compreender as dinâmicas tradutórias dos processos comunicacionais evidencia sua relevância para que se tornem mais claros os processos de atualização das virtualidades do mundo, tal como indicados anteriormente na esteira do pensamento deleuzeano. Uma das contribuições deste artigo está, justamente, em propor a modelização dos meios como um problema ao mesmo tempo semiótico e comunicacional, que coloca em jogo (comunicativo) diferentes matérias em formação, não apenas as linguísticas.

Considerações

Com este artigo, procuramos retomar não o conjunto bastante plural das produções do Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação (GPSC) do Intercom ao longo desses vinte anos, mas aspectos da pesquisa semiótica (os processos de *estratificação* da linguagem e de modelização dos meios) que, articulados a outras perspectivas teóricas (a teoria dos meios de McLuhan e a filosofia da diferença de Deleuze e Guattari), atualizam o pensamento semiótico e abrem outras perspectivas de diálogo entre Semiótica e Comunicação.

Conforme foi assinalado, como o papel da linguagem não se limita a um mero canal de transmissão para algo externo a ela, não há como reduzir a Semiótica a um método voltado para desvelar aquilo que se encontra

escondido alhures. Assim, em vez de considerar a linguagem como um suporte para o estabelecimento dos vínculos, sem os quais não há comunicação, toma-se por base a compreensão de que são as relações comunicativas entre diferentes sistemas, meios e ambiências que propiciam a ação do dispositivo modelizante e o vir a ser da linguagem. Isso requer o olhar atento para a materialidade do arranjo sígnico, na tentativa de discriminar os processos tradutórios pelos quais se torna possível delinear o espaço semiótico de relações (ou *semiosfera*) que um texto é capaz de edificar.

A esse respeito, cumpre ressaltar: embora a *semiosfera* constitua o substrato epistemológico para a compreensão das relações comunicativas, ela apenas se mostra, de fato, no decurso da análise. Traçar, portanto os *diagramas* que compõem a *máquina abstrata* é o objetivo do projeto semiótico que defendemos aqui. É com base nesse diagrama dinâmico de efeitos que se pode vislumbrar a semiose que caracteriza as relações comunicativas. Esse raciocínio possibilita-nos apreender porque, quando problematizada do ponto de vista semiótico, a Comunicação jamais pode ser entendida de uma perspectiva identitária, visto que o exercício semiótico não permite afirmar o que é um dado fenômeno, ou ainda dizer qual é o seu significado, mas, sim, apontar os sentidos passíveis de serem suscitados pelos vínculos constitutivos do espaço semiótico de relações num determinado contexto.

Dessa forma, conceitos como *estratificação*, signo e linguagem, próprios do espaço semiótico, repensados à

luz da filosofia da diferença, permitem reconhecer, para além do formal, a semiótica em perspectiva crítica e política. Por outro lado, ideias como as de sistema, fronteira e modelização fornecem os parâmetros que viabilizam pensar os modos pelos quais os meios produzem ambientes cognitivos, capazes de atualizar virtualidades.

Uma ecologia das ambiências associada a uma Semiótica Crítica talvez caracterize alguns dos desafios colocados à semiótica na contemporaneidade. De certa forma, nosso artigo procurou dar seguimento à proposta ecosófica de Félix Guattari (1990), que preconizava, para além de uma ecologia do meio ambiente, uma ecologia econômica e uma ecologia dos processos de subjetivação, às quais acrescentaríamos uma ecologia das ideias cujos modos de processamento podem muito bem ser criticamente avaliados nos espaços relacionais da comunicação.

Referências

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 2. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES,

Maria Immacolata Vassalo. **Epistemologia da Comunicação.** São Paulo: Loyola, 2003. p.55-67.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

GUATTARI, Félix. **A Revolução Molecular:** as pulsações do desejo. São Paulo: Brasiliense, 1981.

GUATTARI, Félix. **Líneas de fuga**: por outro mundo de posibles. Buenos Aires: Cactus, 2013.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

LOTMAN, Iuri. **A Estrutura do Texto Artístico.** Lisboa: Editorial Estampa, 1978.

_____. **La Semiosfera I.** Semiótica de la Cultura e del Texto. Madrid: Ediciones Frónesis Cátedra Universitat de València, 1996.

_____. **La Semiosfera II.** Semiótica de la Cultura, del Texto, de la Conducta y del Espacio. Madrid: Ediciones Frónesis Cátedra Universitat de València, 1998.

_____. **La Semiosfera III.** Semiótica de las Artes y de la Cultura. Madrid: Edicones Frónesis Cátedra Universitat de València, 2000.

MACHADO, Irene de Araújo. **Língua entre linguagens:** a argumentação gráfica na comunicação da ciência. 2011. 263f. Tese (Livre-Docência). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

_____. **Semiótica como teoria da comunicação.** In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo, Cultrix, 1993.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo, Perspectiva, 1990.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

Capítulo 25

Comunicação, Tecnologia e Práticas Interativas: Diálogos e Circularidades

Edson Fernando Dalmonte[1]

O presente artigo tem por objetivo discutir as atuais formas de relação do sujeito com a mídia, compreendendo-se a estrutura e seus produtos. Inicialmente, toma-se como base os indicativos centrais do modelo cibernético, que será posteriormente comparado com o modelo "mídia convergente".

Ao avaliarmos a atuais formas de relação do sujeito com a mídia, localizamos novas formas de contato, resultante de cruzamentos de papeis anteriormente vistos como separados. Assim, as instâncias de produção e

1. Doutor em Comunicação, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. O presente artigo faz parte da pesquisa desenvolvida com apoio do edital Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES n. 18/2012.

consumo passam a coexistir e a influenciar uma à outra. À instância produtora, historicamente detentora dos meios de produção e circulação dos produtos comunicacionais, somam-se agora os novos modos de consumo, fortemente caracterizados pela recirculação e reverberação.

Historicamente, o modelo cibernético, já em sua origem, preconizava um nível cada vez mais relevante de relação, ou troca de mensagens, entre homem e máquina. Segundo o Wiener (1984, p.16):[2] "Quando dou uma ordem a uma máquina, a situação não difere essencialmente da que surge quando dou uma ordem a uma pessoa. Por outras palavras, tanto quanto alcança minha consciência, estou ciente da ordem emitida e do sinal de aquiescência recebido de volta".

Quanto ao intuito da cibernética, tem-se:

> O propósito da Cibernética é o de desenvolver uma linguagem e técnicas que nos capacitem, de fato, a haver-nos com o problema do controle e da comunicação em geral, e a descobrir o repertório de técnicas e ideias adequadas para classificar-lhe as manifestações específicas sob a rubrica de certos conceitos. (WIENER, 1984, p.17).

Percebe-se, claramente, a influência da Teoria Matemática da Comunicação (WEAVER, 1987),[3] que tem

2. Texto originalmente publicado em 1950.

3. Texto originalmente publicado em 1949.

como meta discutir a eficácia informacional. Segundo Weaver (1987, p.25-26), podem ser elencados três níveis de problemas em comunicação: 1) **técnicos** - que se referem à precisão na transferência de informações do emissor para o receptor; 2) **semânticos** - que se referem à interpretação do significado pelo receptor, em comparação ao significado pretendido pela parte emissora; e 3) **de influência** - ou de eficácia, que se referem ao êxito, ou capacidade de influência, que é atingido ao provocar o comportamento desejado.

Como ressalta Weaver (1987, p.31), a precisão da informação, ou mesmo a "limitação" do conteúdo, poderá contribuir para a eficácia do empreendimento, pois "maior liberdade de escolha, maior incerteza e maior informação caminham juntas". Quanto mais abertura houver, maior a probabilidade de incidência de ruídos.

Nessa mesma perspectiva, Wiener (1984, p.21) reafirma as potencialidades da informação:

> As mensagens são, por si mesmas, uma forma de configuração e organização. É possível, realmente, encarar conjuntos de mensagens como se fossem dotados de entropia, à semelhança de conjuntos de estados do mundo exterior. Assim como a entropia é uma medida de desorganização, a informação conduzida por um grupo de mensagens é uma medida de organização. Na verdade, é possível interpretar a informação conduzida por uma mensagem como sendo, essencialmente, o negativo de sua entropia e o logaritmo negativo de sua probabilidade. Vale

> dizer, quanto mais provável seja a mensagem, menor será a informação que propicia.

Desse modo, para a cibernética, a eficácia será tanto maior quanto mais precisa for a capacidade de ordenamento do conteúdo/informação. O retorno, ou *feedback*, é o indicativo quantificável da precisão do processo:

> Para que qualquer máquina sujeita a um meio externo variado possa atuar de maneira efetiva é necessário que a informação concernente aos resultados de sua própria ação lhe sejam fornecidos como parte da informação com base na qual ela deve continuar a atuar. [...] Tal controle da máquina com base no seu desempenho *efetivo* em vez de no seu desempenho *esperado* é conhecido como realimentação (feedback) e envolve membros sensórios que são acionados por membros motores e desempenham a função de *detectores* ou *monitores* – isto é, de elementos que indicam desempenho. A função desses mecanismos é a de controlar a tendência mecânica para a desorganização; em outras palavras, de produzir uma inversão temporária e local da direção da entropia. (WIENER, 1984, p.24).

Máquinas e indivíduos, ou simplesmente sistemas, amparam o seu devido funcionamento ao eliminar, ou controlar, a entropia com base na retroalimentação. Por meio desse recurso, aquilo que é enviado (mensagem) atua no corpo sensível, desenvolvendo o papel esperado,

e retorna como mensagem indicando o devido ajuste, se necessário, da parte emissora.

> Ambos [indivíduos e máquinas] têm receptores sensórios como um estágio de seu ciclo de funcionamento, vale dizer, em ambos existe um instrumento especial para coligir informação do mundo exterior, a baixos níveis de energia, e torná-la acessível na operação do indivíduo ou da máquina". P.26.

A cibernética é reconhecidamente uma das correntes a influenciar a formação da cibercultura (RÜDIGER, 2013). Segundo definição de Rüdiger (2013, p.07):

> A cibercultura pode ser entendida como uma formação histórica de cunho prático e cotidiano, cujas linhas de força e rápida expansão, baseadas nas redes telemáticas, estão criando, em pouco tempo, não apenas um mundo próprio, mas, também, um campo intelectual pujante, dividido em várias tendências de interpretação.

Assim, a percepção dos processos comunicacionais contemporâneos é pautada pelos questionamentos iniciais da cibernética, em especial aqueles acerca da relação crescente entre homens e máquinas, bem como das possibilidades de constantes ajustes decorrentes dos múltiplos retornos enviados e recebidos.

Quanto ao contemporâneo: ruptura e reforço

Desde o século XX, em especial a partir da sua segunda metade, o impacto da tecnologia é um elemento definidor dos rumos dos novos padrões de cultura, comunicação e consumo. Dentre os principais elementos, temos a sempre crescente convergência, que passa a propiciar o encontro criativo de meios e fazeres comunicacionais.

Como sinaliza Jenkins (2008), estamos diante de um novo cenário cultural: a cultura da convergência. Dentre as características da atual realidade dos meios, no contexto da cultura da convergência, novas e velhas mídias passam a interagir cada vez mais. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir meios e produtos da comunicação.

No contexto da convergência, distintas realidades midiáticas, oriundas de diferentes plataformas, passam a colaborar para a consolidação da *narrativa transmídia*. Segundo Jenkins (2008, p.138), "uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo".

Como ressalta Fechine (2014), merece destaque a possibilidade de participação ativa do consumidor-fã no processo de estruturação do conteúdo transmídia. Desse modo, o termo *fandom* designa um tipo de participação, motivada por gamas de interesse num determinado produto. Esse movimento reativo cumpre importantes papéis, como propagação e expansão da obra, atuando

na promoção e constante atualização de elementos comunicacionais. Percebe-se, assim, haver uma clara sintonia entre os pressupostos da cibernética e a atual concepção de mídia convergente.

O importante, segundo Fechine (2014), é observar que o consumo, nesse contexto, é ativo, pressupondo algum tipo de agenciamento sobre os conteúdos, com base em Jenkins (1992). O fã, de modo interessado, cumpre o papel de ir dando retorno sobre aquilo que é veiculado e, de maneira inovadora, consome e promove os produtos em suas redes. Tal estrutura coaduna-se ao que fora proposto pela cibernética, como *feedback* e retroalimentação, com importante papel na promoção e/ou reorganização do produto.

Toda prática de agenciamento, como ressaltado por Fechine (2014), decorre da entrada do fã na esfera do consumo-circulação-recirculação, resultando de um conjunto de ações empreendidas pela instância de produção, que passa a dialogar mais afinadamente com seus consumidores. É esperado desse consumidor-fã um maior envolvimento, resultando em um elevado nível de cooperação textual que, segundo a autora, é elemento constitutivo do texto transmídia, que convoca o seu espectador para distintas formas de reação.

Como ressaltam Jenkins, Ford e Green (2013), os produtos midiáticos passam a ser concebidos segundo a lógica do "espalhamento" midiático.[4] Em detrimento da lógica

4. No original, *Spreadable Media*. Spread tem o sentido de espalhar.

de circulação midiática tradicional, Jenkins, Ford e Green (2013, p.1) apresentam uma nova ideia, na qual a tal "mídia espalhável" denota a emergência de um modelo híbrido, que explicita a confluência de forças "de cima para baixo" (fluxo convencional) e "de baixo para cima" (novos fluxos participativos decorrentes de redes sociais, por exemplo).

Essa necessária e inevitável mistura de fluxos "alternativos" e "comerciais" torna evidente, assim, uma nova paisagem midiática, na qual os conteúdos são produzidos para uma ampla circulação, compreendendo uma variedade de processos de recirculação. A reverberação, ou recirculação, dos produtos midiáticos via redes sociais pode seguir distintas lógicas, ou funções: apenas a recirculação, ou agregando novos sentidos - opinião, humor etc., como na lógica profanatória (DALMONTE, 2014).

Outra característica é a ruptura da temporalidade do consumo (DALMONTE, 2014). Ao invés do restrito tempo definido para o acesso, controlado pela produção, na lógica da circulação, experimentam-se fluxos multitemporais: o acesso aos produtos midiáticos vai acontecendo independentemente da sincronicidade entre emissão e uso/fruição; como expressão de um novo modelo temporal, chega-se a uma percepção assíncrona, na qual o que importa, de fato, são as formas de acesso aos produtos em escala temporal mais ampla.

Em pesquisa recente, divulgada no dia 06 de agosto de 2013, a Nielsen[5] aponta clara influência entre os

5. <http://br.nielsen.com/site/index.shtml>.

usuários do *Twitter* e a audiência de programas televisivos.[6] Realizada com 221 transmissões em horário nobre e comentadas no *Twitter*, a pesquisa indica que as atrações analisadas fazem aumentar as atividades na rede social durante o tempo de exibição. Por outro lado, a ação via *Twitter* eleva a pontuação das emissoras na audiência.

Essa circularidade entre produtos midiáticos e os distintos fluxos estabelecidos pelos usuários das redes sociais age tanto como ampliação das formas de consumo, como retroage sobre os próprios produtos. O caso específico da integração entre conteúdo televisivo e internet tem gerado interesse de estudiosos de televisão e tecnologia (SCHATZ et al., 2010; HARBOE, 2010; MONTPETIT et al., 2010; PROULX & SHEPATIN, 2012; ORTIZ, 2013)[7]. As pesquisas giram em torno do que tem se denominado "*Social TV*", definida por Schatz et al. (2010, p.257) como "uma tecnologia que permite o compartilhamento da experiência televisiva com o objetivo de promover o uso social da televisão e a interação entre os telespectadores".

6. Estudo revela que o *Twitter* influencia diretamente audiência na TV. Pesquisa da Nielsen confirma discurso do microblog em ser uma ponte entre os internautas e a TV. Disponível: <http://www.proxxima.com.br>. Acesso em 11 de agosto de 2013.

7. Para um panorama acerca do tema, consultar: ORTIZ, Júnia. **Configurações da experiência televisiva**: o consumo social na Internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Comunicação. FACOM/UFBA, 2013. <http://www.poscom.ufba.br/publicacoes/dissertacoes-2006-2013/>.

O *Twitter* é uma das principais redes sociais nesse novo cenário midiático. Dentre os exemplos destacados por Proulx & Shepatin (2012), está o anúncio feito pela cantora Beyoncé que estava grávida, ocorrido ao final de sua apresentação na premiação norte-americana da MTV VMA (Video Music Awards), em 28 de agosto de 2011.[8] Imediatamente após o anúncio feito pela cantora, foram registrados, em média, 8868 *tweets* por segundo, proporcionando um rápido espalhamento da notícia em escala global/planetária. Segundo os autores, o *Twitter* propicia algo como um eletrocardiograma da televisão, servindo como incentivo a um forte engajamento da audiência. (DALMONTE, 2014).

Como indicativo dessa "circularidade" entre empresas/produtos e usuários, novos dispositivos vão sendo criados e/ou adaptados para uma maior interação entre as instâncias de produção e consumo. Inúmeros aplicativos (Apps) são desenvolvidos para uso em *Smartpfones* e *Tablets*, promovendo o contato entre produtos tradicionais e aquilo que se convencionou chamar *second screen*. Pesquisas mostram intenso uso de dispositivos móveis (segunda tela) simultaneamente ao consumo televiso convencional. (PROULX & SHEPATIN, 2012, p.87).

Deparamo-nos com uma nova realidade: a experiência televisiva em múltiplas telas, propiciando a passagem do simples consumo para a *experiência televisiva*. A

8. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=GI1OJyKBtYw>.

confluência entre tecnologia e novos comportamentos humanos faz surgir a segunda tela, claramente vinculada à tela primeira, a televisão. Como ressaltam Proulx & Shepatin (2012, p.84), o fenômeno das múltiplas telas acrescenta novas camadas de conteúdos paralelos e sincronizáveis, propiciando uma maior imersão à experiência televisiva.

Um desses aplicativos é o Shazam,[9] que possibilita serviços de *check-in.*[10] Originalmente, o dispositivo foi criado para detectar a música tocando ao redor do usuário, a uma distância que pudesse captar o som. Como anunciado: "Shazam é a melhor maneira para identificar música e TV. Em segundos, você saberá o nome de qualquer música ou mais sobre o que estiver assistindo - toque em Shazam para iniciar sua jornada".

Ainda em fase experimental na TV norte americana, uma versão do Shazam para produtos televisivos[11] promete uma experiência imersiva, como descrito no anúncio:

9. <https://itunes.apple.com/br/app/shazam/id284993459?mt=8>.

10. Many social networking services, such as Foursquare, Google Latitude (closed), Google+, Facebook, Jiepang, VK, Gowalla (closed), GetGlue and Brightkite (closed), allow users to what has been referred to as self-reported positioning, or more commonly known as a "check in", to a physical place and share their locations with their friends. <Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Check-in>.

11. <http://www.shazam.com/music/web/productfeatures.html?id=1266>.

Shazam para TV

Tag (marque) programas de TV
Acesse conteúdos
Seja social!
Acesse mais informações sobre o que você está assistindo, enquanto está assistindo!
Veja/conheça as músicas tocadas na transmissão.
Leia as últimas notícias e fofocas sobre o elenco, convidados e o show.
Veja o que o elenco e outras celebridades estão tuitando, ou tuite aquilo que você está pensando.
Rapidamente vá para o IMDB[12] para acessar fotos do elenco, biografias, revistas e [outras] coisas divertidas.
Fácil acesso à Wikipédia. Aprenda mais sobre o que está vendo e episódios anteriores.

Segundo Proulx & Shepatin (2012, p.60), os serviços de *TV check-in* representam uma importante faceta dessa transformação que está permitindo à televisão sair do espaço solitário doméstico e entrar num ambiente competitivo e divertido que caracteriza a atual experiência social televisiva. Por meio de tais recursos, a indústria

12. O Internet Movie Database (também conhecido pelo acrônimo IMDb; traduzindo para o português: Base de Dados de Filmes na Internet) é uma base de dados online de informação sobre música, cinema, filmes, programas e comerciais para televisão e jogos de computador, atualmente pertencente à Amazon.com. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_Movie_Database>.

televisiva tenta se reinventar, oferecendo ao telespectador-usuário uma gama de possibilidades que confluem para o momento daquilo que seria apenas o ato de consumir um produto televisivo.

Como resultado, tem-se uma tentativa de reafirmação de uma perspectiva síncrona envolvendo a emissão e o consumo, integrados e acessíveis por meio da segunda tela, que pode ser assim elencado:

1) **estímulo à geração de conteúdo em tempo real**:

   - elenco e outras celebridades se manifestam, em suas contas pessoais, acerca do conteúdo transmitido;

   - o telespectador-usuário é convocado a emitir opiniões por meio das redes sociais;

   - a repercussão do conteúdo transmitido é trazida para a mesma ambiência e passa a produto agregado,

2) **integração com bancos de dados**:

   - oferta de produtos auxiliares que propiciam uma maior imersão por parte da audiência, tais como o acesso a biografias de personagens, matérias de jornais, elementos da trilha sonora etc.

Tais medidas procuram ampliar as formas de acesso aos produtos midiáticos, atuando como reforço ao modelo televisivo, que passa a articulador de várias cenas midiáticas. O telespectador-usuário é posicionado ante diferentes possibilidades de acesso e reação aos

conteúdos, sendo que muitas dessas práticas interativas podem ocorrer antes ou depois das transmissões, segundo a lógica assíncrona. Como traço característico dessas inovações tem-se um realinhamento temporal, propiciado por uma estrutura que faz convergir toda essa produção que orbita em torno de elementos estruturantes, que impulsionam distintos níveis de consumo reativo.

Tais questões nos fazem ponderar sobre as novas formas de consumo, pois estamos passando do ***consumo de produtos*** midiáticos para ***ações de consumo sobre produtos***: nessa perspectiva o consumo é gerador de novas (sub) produções. Como pontua Manovich (2013), no contexto da mobilidade midiática (*media mobility*), diferentemente da comunicação de massa, em que os conteúdos atingiam seus públicos da mesma maneira que haviam sido enviados,[13] estamos vivenciando uma ampla modificação de tal processo: ao invés de uma circulação "estática", os conteúdos continuam a se mover e se transformar entre sites, recebendo a sobreposição de comentários, tanto de acordo quanto desacordo.

Quanto às novas textualidades

A partir da interação entre redes sociais e produtos televisivos, no contexto da chamada *Social TV*, é

13. Merece ser ressaltado que não estamos falando de análise da recepção dos conteúdos, mas das formas contemporâneas de circulação e recirculação de mensagens.

possível verificar distintas formas de participação do indivíduo nos processos de circulação e recirculação de conteúdos midiáticos, observando-se: a) indicativos de reforço da programação tradicional e b) possibilidades de crítica e afastamento aos protocolos de leitura indicados pela instância de produção. Merece ser ressaltado, contudo, que toda essa "movimentação" é constitutiva de uma nova textualidade, e funciona como *feedback*, promovendo o produto "original" e/ou propiciando seu reordenamento, se necessário.

Se os produtos midiáticos contemporâneos são feitos para se "espalharem" em sucessivas esferas conversacionais, isso se deve tanto a questões técnicas quanto culturais, sendo a cultura da participação um importante elemento da cultura digital (JENKINS, 2008). Como ressaltam Jenkins, Ford e Green (2013, p.3), distintas lógicas estão presentes no ato de compartilhamento de conteúdos, tanto permitidos quanto contrários aos desejos da parte emissora.

Neste contexto em que os produtos midiáticos são pensados e produzidos segundo uma mudança de lógica da distribuição para a circulação, Jenkins, Ford e Green (2013, p.3) questionam as modalidades de fluxo que podem ser estabelecidas. As redes sociais estão sendo vistas como estrutura de apoio à divulgação da programação televisiva, por exemplo, propiciando o engajamento de novas audiências ativas.

Os produtos midiáticos passam a ser elaborados para o espalhamento em redes integradas a ferramentas que indicam ações como: curtir, compartilhar, comentar etc.

Em questão de segundos, um elemento ganha o mundo. A essa modalidade está associado o conceito de *mídia viral*. Como ressaltam criticamente Jenkins, Ford e Green (2013, p.17), o conceito de *vírus* preserva o controle por parte dos criadores/agentes midiáticos, bastando a criação de um *viral* para o sucesso de um produto. Nessa concepção, o *viral* é "irracional" e revela a susceptibilidade de um público que faz recircular, por intermédio de seus contatos em redes sociais, elementos subliminares alojados nas peças postas em circulação. Os vídeos que supostamente "vazam" servem de ilustração para essa modalidade. Tais vazamentos carregam a aura de "autenticidade", de maior nível de "verdade", pois não teriam passado por processos de elaboração "industrial".

Por fim, quanto aos desdobramentos contemporâneos da relação sujeito e tecnologia (ou objetos tecnológicos), merece ser destacada a contribuição da Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012). Em linhas gerais, a teoria retoma a ideia de que é possível (e necessário) considerar a existência de atores não humanos. Tais atores podem ser originados a partir de algum dispositivo inteligente, tais como computadores, *smartphones*, sensores etc. O ponto central é percepção de que atores humanos e atores não humanos se influenciam mutuamente, sendo reservada ao agenciamento humano a capacidade de ajustar os dispositivos tecnológicos.

Segundo Lemos (2013, p.20), tais ponderações nos fazem lembrar que o humano não domina totalmente o objeto; que o objeto não é completamente subserviente. "Cada vez mais não humanos, agora 'inteligentes,

comunicativos, conectados e sensíveis ao ambiente' (*smarts*, no jargão técnico) nos fazem fazer coisas, alteram a nossa forma de pensar e de agir em todos os domínios da cultura (família, trabalho, escola, lazer...)".

Dados são gerados por nossas movimentações, seja nas ruas, seja em ambientes digitais. Esses mesmos dados, indicando entrada ou saída de locais, por exemplo, são captados e enviados e podem orientar tomadas de decisão, se necessário. Em notícia recente, veiculada em 16 de julho de 2014 (Crianças, 2014),[14] foi apresentado o caso de crianças japonesas que são incentivadas a irem sozinhas para o colégio e, como apoio, participam de um sistema de vigilância, que monitora o horário de entrada e saída da escola. Como num sistema de ponto eletrônico, elas passam um cartão num leitor, que direciona os dados aos pais via celular.

Referências

CRIANÇAS japonesas são vigiadas a distância no caminho para a escola. **G1**, 16 de julho. 2014. Acesso em 19 de julho de 2014. Disponível: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/07/criancas-japonesas-sao-vigiadas-distancia-no-caminho-para-escola.html>.

14. <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/07/criancas-japonesas-sao-vigiadas-distancia-no-caminho-para-escola.html>.

DALMONTE, Edson. Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. **Anais** do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém (PA), 2014.

FECHINI, Yvana. Transmidiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **Anais** do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém (PA), 2014.

HARBOE, Gunnar. Introduction to Social TV. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Editora Aleph, 2008.

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

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media**. Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press, 2013.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas**. Teoria ator--rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. New York: Continuum Publishing, 2013.

MONTPETIT, Marie-José. **Your content, your networks, your devices**: Social networks meet your TV Experience. ACM Comput. Entertainment Environments archive, Volume 7, Issue 3, Article 34, September, 2009.

MONTPETIT, Marie-José; KLYM, Natalie; BLAIN, Emmanuel. The Future of Mobile TV: When Mobile TV Meets the Internet and Social Networking. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

ORTIZ, Júnia. **Configurações da experiência televisiva**: o consumo social na Internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Comunicação. FACOM/UFBA, 2013.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV**. How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile. John Wiley & sons, 2012.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura**: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SCHATZ, Raimund, et al. "What are you viewing?" Explore the pervasive Social TV experience. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

WATSON, James. **Media communication**: an introduction to theory and process. New York: Palgrave Macmillan, 2008.

WEAVER, W. A teoria matemática da comunicação. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: T. A. Quiroz, 1987.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade**. O uso humano de seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1984.