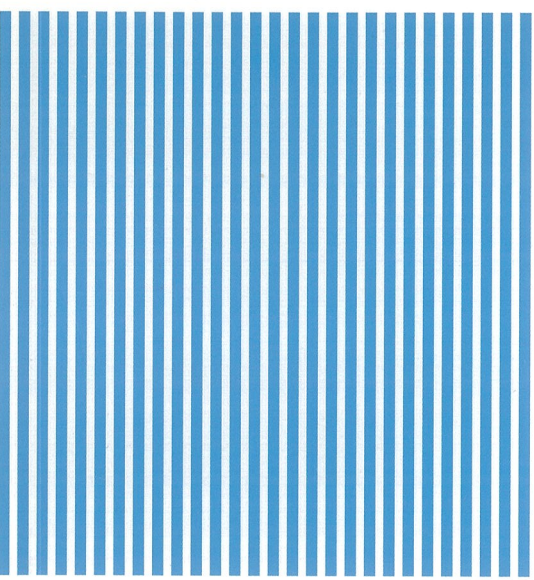
Ciências da Comunicação no Brasil Democrático

Maria Cristina Gobbi
organizadora



Vol.4 - As margens plácidas

Coleção Verde-Amarela

30 anos
INTERCOM
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO

As pesquisas em Comunicação no Brasil vem ganhando destaque, não só pela sua criatividade e pensamentos originais, mas também pela constante luta ou batalha, como quer Marques de Melo, por sua democratização na sociedade, aplicada principalmente aos meios de comunicação de massa.

Este livro, organizado por Maria Cristina Gobbi, é mais uma contribuição da Intercom ao pensamento comunicacional brasileiro ao divulgar resultados de mais uma década enfeixando análises das circunstâncias histórico-culturais aplicadas aos produtos que circulam nos meios massivos, repensados pelos pesquisadores mais relevantes do país e o cruzamento feito por eles de múltiplos fenômenos da Comunicação.

A grande tarefa de Maria Cristina Gobbi foi sistematizar as pesquisas em comunicação destes pesquisadores, realizadas nos últimos dez anos, estimulados pela Intercom, e reconhecidos por meio do Prêmio Luiz Beltrão a eles atribuído.

Deste modo, nas principais contribuições dos trabalhos reunidos

Ciências da Comunicação no Brasil Democrático

Coleção Verde-Amarela
Direção de Osvando J. de Morais

Vol. 1 – *O sonho intenso*
Vanguarda do Pensamento Comunicacional Brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007) – Marialva Barbosa, org. (2007)

Vol. 2 – *A clava forte*
Comunicação Brasileira no Século XXI – Intercom: Ação, Reflexão – J. B. Pinho, org. (2007)

Vol. 3 – *Os raios fúlgidos*
Tendências Atuais da Pesquisa em Comunicação no Brasil – Osvando J. de Morais, org. (2008)

Vol. 4 – *As margens plácidas*
Ciências da Comunicação no Brasil Democrático – Maria Cristina Gobbi, org. (2008)

Ciências da Comunicação no Brasil Democrático

MARIA CRISTINA GOBBI
(organizadora)

São Paulo
Intercom
2008

Coleção Verde Amarela volume 4 – As Margens Plácidas
Ciências da Comunicação no Brasil Democrático

Copyright © 2008 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom

Direção Editorial
Osvando J. de Morais

Projeto Gráfico e Diagramação
Aline Sato

Capa
Luisa Paraguai

Revisão
João Alvarenga

Revisão Final, Preparação de Texto e Normalização
Osvando J. de Morais e Rafaela Ruzzinenti

Ficha Catalográfica

Coleção Verde Amarela volume 4 – As Margens Plácidas
Ciências da Comunicação no Brasil Democrático.
Organizadora: Maria Cristina Gobbi

266 p.
ISBN – 978-85-88537-45-3

1. Comunicação. 2. Comunicação – Congresso. 3. Comunicação – Produção Científica. 4. Comunicação – Exercício Profissinal. 5. Comunicação – Indústria e Mídia. 6. Comunicação – Artieulação Acadêmica. 1. Organizadora. Gobbi, Maria Cristina. Coleção.

CDD 1.ed. – 302.2063
CDD 1.ed. – 302.2098
CDD 1.ed. – 302.23
CDD 1.ed. – 302.2072
CDD 1.ed. – 302.2023
CDD 1.ed. – 302.23
CDD 1.ed. – 302.2072

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

Sumário

Prefácio – *José Marques de Melo* 9
Apresentação – *Maria Cristina Gobbi* 11

Parte I – As Conquistas do Espaço Universitário da Comunicação no Brasil: 1957-1977

Mudanças positivas no Ensino de Comunicação: Fortalecimento da Sociedade Democrática 19
Sergio Mattos (UFBA)

A Conquista do Espaço Universitário da Comunicação: de que modo ele Fortaleceu a Sociedade Brasileira no Período de 1597-1977? 39
Jacques Wainberg (PUCRS)

Parte II – A Luta pela Comunicação Democrática: 1977-2007

A Democratização Frustrada 47
Moacir Pereira (UFSC)

A luta pela comunicação democrática na sociedade autoritária. Como se deu a passagem para a sociedade da informação na conjuntura 1977-2007? 55
Pedro Gilberto Gomes (Unisinos)

Parte III – O Combate pela Democracia na Sociedade Digital

O combate pela democracia midiática na sociedade digital. Construindo uma sociedade do conhecimento neste início do século XXI. A experiência do Rio Grande do Sul..... 79
Antonio Hohlfeldt (PUCRS)

O combate pela democracia midiática na sociedade digital. O que fazer para eliminar a exclusão cultural, construindo uma sociedade do conhecimento, neste início do século XXI?... 85
J. B. Pinho (UFV)

A Construção da Democracia Midiática na Sociedade Digital: das Políticas Públicas às Ações Comunitárias..... 93
Giovandro Ferreira (UFBA)

Acessos e barreiras à sociedade do conhecimento: o paradoxo do rádio informativo no Brasil..... 115
Eduardo Meditsch (UFSC)

Parte IV – Emblemas e Paradigmas para a Democratização Midiática
Maria Cristina Gobbi (UMESP)

O prêmio e o Patrono 141

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Instituição Paradigmática 151

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Grupo Inovador ... 167

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Maturidade Acadêmica..... 181

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Liderança Emergente 225

Matriz/Motriz..... 257

Prefácio

JOSÉ MARQUES DE MELO

Presidente da INTERCOM

Dois acontecimentos históricos convergem para emoldurar a trajetória institucional da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. De um lado, a batalha da sociedade brasileira para reconquistar a normalidade democrática. De outro, a luta do campo comunicacional para conquistar o reconhecimento acadêmico.

Ao ser criada, nossa associação trilhou a conjuntura de esgotamento do regime militar. Por isso mesmo, engajou-se no movimento que conduziu à anistia política de 1979 e culminou com a constituição cidadã de 1988. Concomitantemente, participou da ofensiva da comunidade acadêmica para legitimar-se internacionalmente, fortalecendo as sociedades científicas da área. Esse processo demonstrou eficácia na reconstituição da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – em 1989, pavimentando o caminho para a realização, em 1992, no território brasileiro, do primeiro Congresso Mundial de Ciências da Comunicação – IAMCR – International Association for Media and Communication Research – sediado pela cidade do Guarujá (SP).

Trata-se de episódios que permanecem vivos na memória de seus protagonistas – os fundadores e os construtores da INTERCOM

– mas que escapam ao conhecimento das novas gerações, ofuscadas pelos fatos sedutores da atualidade.

Este livro pretende superar, no presente, a referida lacuna cognitiva, iluminando, no futuro, a faina interpretativa dos historiadores.

Para realizar essa tarefa ninguém melhor do que os integrantes da galeria de ícones da comunicação brasileira, detentores do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", pela maturidade acadêmica (como é o caso de Moacir Pereira, Sérgio Mattos e Antonio Hohlfeldt) ou pelo vanguardismo intelectual (reconhecido no trabalho de Pedro Gilberto Gomes, J. B. Pinho, Jacques Wainberg, Giovandro Ferreira e Eduardo Meditsch).

Seus relatos foram apresentados e debatidos durante o VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação – SINACOM 2007, promovido no auditório da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), no dia 12 de dezembro de 2007, quando a INTERCOM comemorou 30 anos de fundação.

Co-autora da "Carta de São Paulo", juntamente com Osvando J. de Morais e José Carlos Marques, coube a Maria Cristina Gobbi, organizadora desta coletânea, a narrativa dos feitos e glórias daquelas instituições e personalidades que povoam as "margens plácidas" das Ciências da Comunicação no Brasil.

Os habitantes desse fascinante território "verde amarelo" estão assim desafiados a "estabelecer maior diálogo com a sociedade, especialmente a indústria midiática, no sentido de melhorar a qualidade dos bens simbólicos em circulação no mercado e de ampliar a inclusão de maiores contingentes de usuários no mercado consumidor". Não existe outro caminho, senão "estimular as parcerias das instituições de ensino e pesquisa com as empresas de comunicação para estimular o intercâmbio entre a reflexão teórico-conceitual e a prática profissional".

São Paulo, 1 de junho de 2008

Apresentação
Desafios comunicacionais para as novas gerações

MARIA CRISTINA GOBBI[1]

Coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão

A produção em comunicação oriunda de vários espaços tem gerado uma série de reflexões sobre a importância de uma integração, quer seja ela econômica, social, cultural ou comunicacional. Também tem suscitado uma variedade de críticas aos ideais de um pensamento homogêneo nessa área.

O que temos percebido é uma busca pela democratização da comunicação, mostrada através das diversas investigações, gerando construções teórico-metodológicas e reunindo pesquisadores em associações que, imbuídos de um sentimento de identidade, buscam um referencial capaz de dar conta da diversidade na área que permeia toda a América Latina.

1. Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano "José Marques de Melo" e do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Professora do Programa *Lato Sensu* em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e da graduação da mesma Instituição, Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

Nossa busca nesta publicação foi a de delinear e reunir contribuições ao pensamento em comunicação, resultado de investigações desenvolvidas por produtores reconhecidos nesse campo de estudos, evidenciando características singulares, porém heterogêneas, de forma a não restringir o conceito do que deve ser entendido como pesquisa na área.

Os mais atentos poderão observar análises que evidenciam características estruturais, sociais e político-culturais tão diversificadas, mas com singularidades que demonstram grandes aportes para a formação do campo da comunicação no Brasil. Limitar essas análises equivaleria a renegar aspectos, necessidades e demandas habitualmente presentes na origem, sistematização e discussão do fenômeno comunicativo em nossa região.

Pesquisar e difundir o perfil comunicacional, como bem disse o professor Jesús Martín-Barbero em vários de seus textos, é um redescobrimento de complexas polêmicas, de problemáticas postergadas, de genealogias que interconectam campos e linhas de pensamentos singulares. Inclusive e muitas vezes antagônicas em certos aspectos, extremamente calcadas em tradições acadêmicas e perspectivas teóricas exclusivistas, como também baseadas nas práticas e nas experiências individuais.

Uma parte importante do conhecimento e da evolução em comunicação é resultado de produtos que circularam através dos meios massivos, vinculados diretamente a criação da cultura popular urbana, somados ao desenvolvimento da indústria cultural. Por outro lado, não poderíamos deixar de considerar as circunstâncias desse desenvolvimento, muitas vezes, fruto de análises histórico-culturais próprias da evolução político-social. Da mesma forma, a real aplicação desviou-se das perspectivas ortodoxas e convencionais da pesquisa na área e fundamentou-se na prática construtiva de conhecimento e de produtos comunicacionais.

Outra maneira de tratar e compreender os conceitos das ciências da comunicação e da informação, refletidos nos textos disponibilizados nessa publicação, é através do estudo contemporâneo da sociedade em que vivemos não como sujeitos, mas como atores sociais. Isso tem permitido, sem dúvida alguma, que a interpretação seja vista como resultado da intervenção prática sobre o que está sendo re-

alizado ao nosso redor. As análises aqui apresentadas são frutos de realidades cruzadas por múltiplos fenômenos da comunicação, além de tradições e requerimentos culturais, calcadas em uma variedade de modelos e norteadas por paradigmas teórico-metodológicos diversificados. Mas que buscavam um mote próprio, cujo cerne pode ser encontrado nas necessidades observadas nos múltiplos contextos socio-político-cultural dessa região tão extensa quando diversificada, que é o nosso Brasil.

Uma consideração que vale a pena ser mencionada é que pensar sobre o desenvolvimento da comunicação sob a égide dos ganhadores do Prêmio Luiz Beltrão significa abandonar a passividade e ser sujeito ativo, não só no processo de desenvolvimento, mas na reestruturação de nossa sociedade.

O trabalho que empreendemos constitui-se em um esforço na sistematização da pesquisa teórica sobre comunicação realizada nos últimos dez anos, cultivada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), reconhecida através do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação e disponibilizada nesse livro. O resultado aqui apresentado busca demonstrar a integração e os diversos câmbios sofridos pela cultura de massa, além de corroborar o legado construído pelo grupo de pesquisadores já abalizados pela comunidade acadêmica nacional e internacional. Na verdade, objetivamos identificar e divulgar de que forma essa produção foi capaz de gerar um pensamento híbrido e não exclusivo, mas apropriado para a fundamentação das pesquisas na área.

Desde a década de 1970, vários estudos têm buscado revisar e sistematizar a produção científica na área da comunicação. Isso se deveu, principalmente, ao aparecimento de novos espaços de pesquisa nas universidades e pela criação de diversas instituições de pesquisa, como é o caso da Intercom.

Os resultados têm possibilitado revisar os conceitos de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira, identidade, entre outros e têm influenciado a construção de novos modos de pensar a experiência comunicacional. Dessa maneira também, faz-se necessário o conhecimento sobre as instituições de pesquisa e suas contribuições, que tornam possíveis esboçarmos uma identidade latino-americana em comunicação. É fundamental reavaliar o conhecimento produzido

por elas frente aos processos de globalização e aos impulsos de identidade reinstalados na América Latina atualmente.

Com esse panorama, o interesse pelas pesquisas sobre os fenômenos da comunicação ganhou espaço tanto nas universidades como nas empresas midiáticas. Ambas buscam nas evidências empíricas, consolidadas pela cientificidade das escolas de comunicação, qualificar profissionais de forma a orientá-los por novos caminhos, que estão sendo percorridos nas "engrenagens midiáticas". Desta forma, o desenvolvimento da pesquisa, marcado até então pela atuação individual, tem dado lugar a uma comunidade científica, composta por jovens pesquisadores.

Para o professor Marques de Melo[2], o grande dilema de muitas comunidades formadas por pesquisadores, analistas de discurso e estudiosos das mediações[3] culturais, na atualidade, é buscar as singularidades de sua identidade e podemos afirmar que a Intercom tem sido o guia mestre de muitas ações empreendidas por esses grupos. Um dos principais desafios da Intercom consiste em motivar a comunidade acadêmica para o trabalho conjunto e, sem dúvida, esse esforço tem permitido que ela se constitua em uma das instituições responsáveis pela disseminação de conceitos e experiências comunicacionais, não só nacional, mas internacionalmente.

Podemos dizer que a Intercom tem representado um passo adiante para a consolidação de um pensamento em comunicação, realizando um trabalho produtivo, seja promovendo e participando dos fóruns e congressos nacionais e internacionais ou se preocupando com o resgate do conhecimento acumulado e agenciando a

2. MARQUES DE MELO, José. **Os tempos heróicos da ALAIC**: de Caracas a Embu-Guaçu. Paper apresentando durante o Seminário de 25 anos de fundação da Alaic, realizado na Universidade Metodista de São Paulo, em novembro de 2005.

3. Nota da autora. Manuel Martín Serrano define *las mediaciones* como sistemas "institucionalizados para redução das dissonâncias, que, cognitivamente, operam como modelos de ordem aplicados a qualquer conjunto de coisas pertencentes a planos heterogêneos da realidade" (MARTÍN SERRANO, Manuel. **La mediación social**. Madrid: Akal, 1977, p. 49). (Tradução nossa). Para completar, Martín Serrano afirmou (MARTÍN SERRANO, Manuel. **Mediación**. Dicionário da Unesco de Ciências Sociais, volume III. Barcelona: Unesco/Planeta/Agostini, 1988, p. 1361) que controlar a forma de mediar é aplicar ao conteúdo da realidade o modelo de ordem e o tipo de significações que posteriormente serão utilizados pelo destinatário da informação para compreender o presente, prever o futuro e, portanto, para atuar (Tradução nossa).

criação de bases documentais ou ainda, criando espaços plurais de intercâmbio.

Os caminhos são renovados constantemente. Estamos atravessando um grande momento de revitalização dos estudos em nossa área do conhecimento. As tecnologias da comunicação e da informação, mensagens, seus significados e discussões, bem como toda a busca para delinear uma nova abertura para a pesquisa renovaram vitalmente o "terreno intelectual em que muitos de nós trabalhamos[4]", constituindo-se desta forma em uma nova opção de estudos.

A criação de entidades como a Intercom, preocupadas em resgatar o conhecimento comunicacional, criando bases documentais em diversos países, somente reforça essa tendência e reanima as expectativas de consolidação dos estudos em nossa região.

Assim, quando reconhecemos a legitimação e a consolidação da Escola Latino-Americana de Comunicação nas atividades e ações realizadas pela Intercom, não estamos renegando o conhecimento oriundo principalmente das escolas norte-americanas e européias. Mas distinguindo os resultados de trabalhos de pesquisadores como: Antonio Hohlfeldt (PUCRS), Eduardo Meditsch (UFSC), Giovandro Ferreira (UFBA), J. B. Pinho (UFV), Jacques Wainberg (PUCRS), Moacir Pereira (UFSC), Pedro Gilberto Gomes (Unisinos), Sergio Mattos (UFBA), entre tantos outros ganhadores do Prêmio Luiz Beltrão, que consolidam e respaldam nossa afirmação.

Para dar conta da proposta de sistematizar as contribuições desse grupo dividimos a publicação em quatro capítulos.

O primeiro, "A **conquista do espaço universitário: 1957-1977**" evidencia as mudanças ocorridas no ensino de comunicação, identificando alguns dos avanços do espaço universitário, no período compreendido entre 1957 e 1977, e como estas conquistas fortaleceram a sociedade democrática.

"A luta pela comunicação democrática: 1977-2007", segunda parte do volume, mostra o período de luta pela democracia da informação e da comunicação, evidenciando a construtiva atuação da Inter-

4. NEWCOMB, Horace. À procura de fronteiras no campo dos estudos de mídia. IN: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Umesp, ano 23, nº 36, 2º semestre de 2001, PP. 75-77

com na abertura de espaços inéditos de debates, além de ter sido uma grande estimuladora dos estudos sobre mídia e religião.

O Capítulo III, "O combate pela democracia na sociedade digital" relata experiência do Estado do Rio Grande do Sul na utilização da rede midiática para a democratização da administração pública, além de apontar o desenvolvimento da sociedade do conhecimento.

Finalmente, a última parte "Emblemas e paradigmas para a democratização midiática", faz um resgate histórico sobre o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação e de seu Patrono, além de traçar um breve perfil dos diversos ganhadores do Prêmio em uma década de existência, nas quatro categorias contempladas, Instituições paradigmáticas, Grupos inovadores, Maturidade acadêmica e Lideranças emergentes. Também disponibiliza a Carta de São Paulo, resultado de um trabalho conjunto entre os pesquisadores Osvando J. de Morais, Zeca Marques e Maria Cristina Gobbi, que sinaliza as ações propostas pela Intercom em relação aos processos de mudança social mediados pela mídia massiva.

Acreditamos que os resultados apresentados nessa publicação oferecem alguns caminhos para que jovens pesquisadores operem transformações críticas nos cenários comunicativos da região. E orientados pela produção de conhecimento dessas gerações precedentes, sejam motivados por nossas necessidades teórico-práticas e ofereçam aportes significativos para ampliação e sedimentação do campo comunicacional no Brasil.

Parte I

As Conquistas do Espaço Universitário da Comunicação no Brasil: 1957-1977

Mudanças positivas no Ensino de Comunicação: Fortalecimento da Sociedade Democrática

SÉRGIO MATTOS[5]

Introdução

O objetivo deste texto é identificar alguns dos avanços do espaço universitário da comunicação, no período compreendido entre 1957 e 1977, e como estas conquistas fortaleceram a sociedade democrática, tendo em vista que o País esteve mais de 70% desses anos sob o regime de exceção, pós-1964, que considerava a comunicação como área estratégica para segurança e desenvolvimento do País. Devido à conjuntura histórica, este período foi marcado pelas ações e projetos de desenvolvimento e de segurança nacional do regime militar. Apesar do regime de exceção, ao longo destes 20 anos, houve a expansão do ensino do Jornalismo, a criação das primeiras Escolas de Comunica-

5. Sérgio Mattos é Doutor em Comunicação pela Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos, professor aposentado da UFBA e autor de vários ensaios e livros na área de comunicação, dentre os quais *História da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política* (Vozes, 2002) e *Mídia Controlada: A história da censura no Brasil e no mundo* (Paulus, 2005). Este texto foi apresentado durante o VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação – SINACOM, no Painel 1, promovido pela INTERCOM e realizado em São Paulo de 10 a 12 de dezembro de 2007. Ganhador do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – Categoria: Maturidade Acadêmica, no ano 2000.

ção e dos cursos de Pós-Graduação, a modernização e o crescimento do número de veículos de massa. Foi também, durante o período de 1957-1977, que surgiram os primeiros estudos voltados para a expansão da indústria cultural, principalmente sobre a televisão.

Foi durante este período que os estudos de comunicação deixaram seu caráter predominante historiográfico, passando a concentrar atenção na expansão da indústria cultural devido à criação, nas Universidades, das Escolas de Comunicação, que se multiplicaram por todo país. A história das Ciências da Comunicação, no Brasil, fortaleceu-se e se consolidou exatamente no período que vai de 1957 a 1977, quando as Escolas de Comunicação passaram a priorizar a pesquisa. O número de cursos de Jornalismo passou de 17, em 1969, para 40, em 1972, enquanto o número de cursos de Comunicação Social já atingiu o total de 791 neste ano de 2007, sendo que destes, 268 são de Jornalismo. Marca ainda, esse período, a busca da respeitabilidade acadêmica com o surgimento dos primeiros cursos de Pós-Graduação em Comunicação.

Basicamente, esse período está demarcado por eventos, um internacional e dois nacionais, que servem, a nosso ver, como marcos para o início e o fim desse período:

1) A implantação, a partir de 1957, por iniciativa da UNESCO, órgão da ONU que se ocupa da difusão da cultura e da educação no mundo, de alguns centros de formação para professores de Jornalismo, denominados CIESJ – Centro Internacional de Ensino Superior em Jornalismo. O CIESPAL, um desses centros, voltado para o continente Latino-americano, foi instalado em Quito, Equador, no ano de 1958, passando a exercer uma forte influência na remodelação do ensino universitário de comunicação na América Latina, priorizando o ensino técnico-profissional, sob uma orientação metodológica que influenciou decisivamente as primeiras gerações de pesquisadores brasileiros de comunicação. Mais especificamente no Brasil, o lançamento do livro do professor e jornalista Carlos Rizzini, intitulado *Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense*, em 1957, é um marco de referência do início desse período das conquistas da comunicação.

2) A criação e fundação da INTERCOM, em 12 de dezembro de 1977, sob a liderança do professor José Marques de Melo, marca o fim desta fase e o início de uma outra, que se estende até os dias atuais [2007], quando esta instituição, ao longo dos últimos 30 anos, desempenhou um papel fundamental para o desenvolvimento e consolidação da pesquisa em comunicação no Brasil.

A partir dos marcos que delimitam o início, 1957, e o fim, 1977, desse período, nos deteremos a identificar e contextualizar os principais fatos ocorridos ao longo desses 20 anos. Para tanto, este trabalho, inconclusivo, está dividido em 2 partes. Na primeira, nos limitamos a apresentar um breve relato sobre o contexto no qual começaram a ocorrer as mudanças na área da comunicação. Na segunda, tentaremos, cronologicamente, identificar e apresentar fatos que nos ajudem a entender melhor como se deu a conquista do espaço universitário da comunicação.

O Contexto para o Início das Mudanças

O Brasil vivia um momento de euforia e desenvolvimento, durante o governo de Juscelino Kubitschek, considerado como um dos mais liberais até aquela data. Um período marcado também por mudanças positivas na imprensa. Foi nessa época que o *Diário Carioca* introduziu o *lead* no Jornalismo brasileiro e com uma equipe de *copidesque* passou a desempenhar um papel de formador de novos profissionais. Foi nesses anos que aconteceu também a reforma do *Jornal do Brasil*, iniciada em 1956, com o lançamento do Suplemento Dominical e concluída em 1961, quando o jornal se consolidou e passou a servir de modelo para outros veículos. Em 1965, o *JB* criou os "*Cadernos de Jornalismo e Comunicação*", sob orientação de Alberto Dines. Outras empresas de comunicação, a exemplo da revista *Manchete*, seguiram o exemplo e criaram também revistas similares, na mesma época, contribuindo para orientar e complementar a formação de profissionais vinculados à área de comunicação.

Nos anos JK, a mídia impressa – jornais e revistas – teve um período áureo. O jornalismo político e o jornalismo popular, de então, passou a abandonar suas tradições de combate, de crítica e de

opinião, passando a se preocupar com a linguagem e com a objetividade da informação. As revistas ilustradas desfrutavam de grande prestígio. Em março de 1959, a *Senhor* foi lançada no Rio de Janeiro e, devido as suas características gráficas e atenção especial às inovações artísticas e culturais, tidas como ousadas para a época, foi considerada como um marco da evolução das revistas brasileiras. Foi, a partir de 1956, que a expansão da televisão fez com que este veículo passasse a ser utilizado em campanhas políticas, quando ocorreram alguns problemas, tais como a censura ao programa "Noite de Gala", da TV Rio, em 1957, por causa das críticas políticas ao presidente.

Nos anos de 1957 e 1958, houve uma renovação na música popular brasileira, com o surgimento da "Bossa Nova", cujo ícone foi Antonio Carlos Jobim. No mesmo período, surgia o "Cinema Novo", com uma proposta de mudança estética, marcada pelo filme "Rio Zona Norte", dirigido por Nelson Pereira dos Santos, em 1957. O Cinema Novo inaugurava o diálogo com o neo-realismo urbano. Logo a seguir, surgiu, em 1959, outra grande expressão do "Cinema Novo", Glauber Rocha, com curta-metragem "O Pátio", em 1959.

O setor da Educação também sofreu mudanças radicais naquele período, provocadas a partir dos debates em torno das propostas para a reforma do ensino básico. Os debates envolviam educadores comprometidos com os ideais da "Escola Nova" e os que defendiam os interesses da rede privada de ensino. O manifesto intitulado "Mais Uma Vez Convocados", redigido por Fernando Azevedo, foi publicado no dia primeiro de julho de 1959. No manifesto de 1959 foram reafirmados os mesmos ideais do "Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova", de 1932. O manifesto de 1959 foi assinado por quase 200 intelectuais, dentre os quais destacam-se os nomes de Anísio Teixeira, Florestan Fernandes, Caio Prado Júnior, Darci Ribeiro e Sérgio Buarque de Holanda. As propostas dos chamados "escola-novistas", entretanto, foram derrotadas com a promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, em 1961, já no governo João Goulart. O campus da Universidade de Brasília – UnB, projetado durante o governo de JK só foi inaugurado na data do segundo aniversário da capital, em 21 de abril de 1962. O modelo universitário que havia sido gestado, durante o governo JK, baseava-se na aplicação do princípio da autonomia universitária e na relação articulada entre ensino

e pesquisa. Como a implantação de seu estatuto demorou muito, um clima de instabilidade institucional cresceu, motivando movimentos grevistas que resultaram em repressão policial e demissão de inúmeros professores. A regulamentação da UnB só foi efetivada durante os governos militares, pós-1964. Quatro anos depois do golpe, o regime militar promoveu uma Reforma Universitária, determinando o fim do regime serial e independente das faculdades, passando a adotar o sistema de créditos. No que se refere, especificamente, às mudanças ocorridas no ensino da Comunicação, Eduardo Meditsch sintetiza, explicando:

> [...] a formação clássico-humanista que orientava os cursos de Jornalismo até a década de 60 foi rejeitada pelo funcionalismo introduzido pelo CIESPAL. O funcionalismo que dominou os cursos na década de 70 foi extirpado do currículo pela hegemonia do marxismo, com o reinado da psicanálise e do simbólico. Estas vertentes também já saíram de moda, substituídas pelas explicações pós-modernas da sociedade e pelos estudos culturais. Cada nova teoria ensina que as anteriores não tinham importância, mas todas garantem ser mais importantes do que as práticas. Estas últimas, embora com sua importância minimizada, continuaram as mesmas, e graças somente a elas o campo acadêmico não foi descartado como um todo e manteve alguma identidade ao longo destas décadas (MEDITSCH, 1999).

Foi durante o início deste período de efervescência cultural e de desenvolvimento econômico, com a chegada da indústria automotiva ao País, que o historiador e jornalista Carlos Rizzini, considerado o pioneiro dos estudos sobre Comunicação, no País, lançou o livro *Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense*, que está completando 50 anos de lançado neste ano de 2007. Foi Carlos Rizzini, segundo Paulo da Rocha Dias, o responsável, no Brasil, pelo início da "moderna bibliografia midiática brasileira. A singularidade do seu pensamento sobre 'informação' é de fundamental importância para a sistematização do pensamento comunicacional brasileiro" (DIAS, 2000).

Observe-se, entretanto, que os primeiros estudos sobre Jornalismo e Publicidade aconteceram, no Brasil, na década de 20 do século passado e foram intensificados após a criação de cursos de

Jornalismo, em 1947, no Rio de Janeiro, na então Faculdade de Filosofia da Universidade do Brasil (hoje Universidade Federal do Rio de Janeiro) e, em 1948, na Faculdade Cásper Líbero. Em 1923, por exemplo, Barbosa Lima Sobrinho, identificado por José Marques de Melo como o precursor do estudo científico da mídia, no Brasil, lançou o livro intitulado *Problemas da Imprensa*. O próprio Carlos Rizzini também lançou, antes do livro sobre Hipólito da Costa, um outro, no ano de 1946, intitulado *O Livro, O Jornal e A Tipografia no Brasil-1500-1822* que, além de apresentar uma história da tipografia, realiza um levantamento minucioso da produção impressa no Brasil, do descobrimento à independência.

Segundo José Marques de Melo, esse livro é "o primeiro tratado de história da mídia impressa, resultado de uma pesquisa erudita e bem documentada, realizada pelo jornalista Carlos Rizzini. Apesar de escrita fora da academia, essa obra logo seria legitimada pela comunidade intelectual, tal o seu valor científico" (MARQUES DE MELO, 1999).

Conquistas do Espaço Universitário da Comunicação

O lançamento do livro de Carlos Rizzini, *Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense*, em 1957, pode ser considerado como um dos marcos cronológicos, uma referência para as conquistas do espaço universitário da comunicação, nesse período, que se inicia em 1957 e se estende até 1977, com a fundação da INTERCOM. Este fato cresce em importância quando se identifica que, de acordo com José Marques de Melo, o jornalista Carlos Rizzini foi um dos pioneiros a exercer a liderança acadêmica como pesquisador de Jornalismo e da Ciência da Comunicação no Brasil. Ao lado de Danton Jobim, Pompeu de Souza e Luiz Beltrão, ele foi um dos primeiros a esboçar uma metodologia para o ensino do Jornalismo.

No Rio de Janeiro, Danton Jobim iniciou suas tentativas de institucionalizar a pesquisa científica como atividade básica na formação dos jornalistas, criando na UFRJ um Instituto especializado em pesquisa jornalística.

> [...] Com a fundação dos cursos destinados a habilitar profissionais para o exercício das atividades informativas no jornal e no rádio, mídia peculiar nos anos 40 do século passado, foi natural que a práxis jornalística despertasse interesse científico. As incursões iniciais nesse terreno devem ser creditadas a Carlos Rizzini, que exerceu liderança acadêmica nas duas primeiras escolas de Jornalismo do País. Tanto na escola paulista, fundada por Cásper Libero e implantada na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, em convênio com o jornal *A Gazeta* quanto na escola carioca, reivindicada pela Associação Brasileira de Imprensa – ABI, desde o início do século, mas inserida na estrutura da emblemática Universidade do Brasil, hoje conhecida como Universidade Federal do Rio de Janeiro. O protagonismo de Rizzini como pesquisador do Jornalismo, transferindo para o espaço acadêmico o capital metodológico acumulado na prática da reportagem dentro das redações de jornais e revistas, encontra-se resgatado na biografia escrita por Paulo da Rocha Dias (MARQUES DE MELO, 2007).

Outros importantes marcos que contribuíram diretamente para a inclusão do Jornalismo como disciplina universitária, não só no Brasil, mas em toda a América Latina, e que ocorreu, também, no ano de 1957, foi a criação do CIESJ (Centro Internacional de Ensino Superior em Jornalismo) pela UNESCO, em várias regiões do Terceiro Mundo, e da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), em Paris, onde Danton Jobim disseminou a perspectiva brasileira de analisar e estudar o Jornalismo. No ano seguinte, 1958, o Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina (CIESPAL) foi criado com sede em Quito, no Equador. De acordo com a própria autodefinição, disponibilizada na Internet, o CIESPAL

> [...] é um organismo regional não-governamental, autônomo sem fins lucrativos, que trabalha pelo desenvolvimento e democratização da comunicação, informação e cultura latino-americana, através de atividades de pesquisa, formação profissional, documentação e produção de materiais-educativos impressos, de áudio e vídeo. [...] As políticas que têm inspirado sua ação são: 1) Apoiar o desenvolvimento da comunicação, em todos os campos, colocando especial ênfase no estudo e desenvolvimento de teorias inovadoras. 2) Tratar a comuni-

> eação como elemento fundamental para o desenvolvimento integral da sociedade. 3) Contribuir para a democratização da comunicação como única alternativa de solução para os problemas nacionais e continentais, e como meio para democratizar a sociedade (CIESPAL, 2007).

O principal objetivo do CIESPAL, na década de 60, era o de remodelar o ensino superior de Comunicação e disseminar dois modelos básicos de pesquisa na América Latina: estudos de morfologia e conteúdo da imprensa e estudos sobre o comportamento do consumidor dos veículos de comunicação de massa.

Segundo interpretação do professor e jornalista Victor Gentilli, o CIESPAL

> [...] foi concebido como mais uma entidade criada no bojo de um conjunto de iniciativas praticadas na época por iniciativa da UNESCO, órgão da ONU que se ocupa da difusão da cultura e da educação no mundo. O mundo então vivia o auge da guerra fria. [...] à época, o estudo dos fenômenos da comunicação no Brasil e na América Latina era ainda produzido de maneira precária e isolada e marcadamente influenciada pelas pioneiras escolas de jornalismo norte-americano. A própria expressão 'comunicação', aliás nem existia. Seria o próprio Ciespal que introduziria o termo na América Latina consagrando-o a partir da difusão das escolas (GENTILLI, 2000).

Na análise de Marques de Melo (1999) "até o início da década de 60 o Jornalismo permanecia como o único setor comunicacional legitimado pela Universidade brasileira. Os demais setores cresciam fora dos muros acadêmicos. Sua assimilação universitária só se daria em 1963, quando Pompeu de Souza cria, na Universidade de Brasília, a primeira Faculdade de Comunicação de Massa, articulando os estudos de Jornalismo, Publicidade, Cinema, Rádio e TV".

Na década de 60, o CIESPAL contribuiu para dar um novo *status* científico ao Jornalismo que se firmava dentro das universidades. A introdução dos estudos de Jornalismo Comparado na América Latina, por exemplo, deveu-se ao pesquisador francês Jacques Kayser, que ministrava aulas nos cursos patrocinados pelo CIESPAL. Ele lançou as bases, até 1963, "de um esforço no sentido de aplicar a

metodologia já experimentada em áreas desenvolvidas para o estudo sistemático do Jornalismo numa região dotada de condições econômicas, culturais e políticas diversas" (MARQUES DE MELO, 1972).

A formação clássico-humanístico, que dominava o ensino do Jornalismo no Brasil, até a década de 1960, foi rejeitada pelo funcionalismo introduzido pelo CIESPAL. Este introduziu a figura do "comunicador polivalente e passou a valorizar o funcionalismo americano em substituição à formação clássico-humanística. Em 1962, foi estabelecido, no País, o primeiro Currículo Mínimo para a área de Jornalismo. O funcionalismo, que dominou a orientação dos cursos e das pesquisas em Comunicação, até meados da década de 1970, foi extirpado do currículo pela hegemonia do marxismo que veio a seguir. De acordo com José Marques de Melo, foi a partir de 1977 que "a pesquisa Latino-Americana em Comunicação passou de um estágio de completa dependência teórica e metodológica para uma situação de consciência de tal subordinação".

Coincidentemente, Luiz Beltrão começou sua carreira como docente no ano de 1959. Em 1960, publicou o primeiro livro específico de Jornalismo no Brasil: "*Introdução à Filosofia do Jornalismo*", tendo recebido o "Prêmio Orlando Dantas", outorgado pelo *Diário de Notícias*, do Rio de Janeiro. As pesquisas de Luiz Beltrão são consideradas como uma das principais contribuições brasileiras à Teoria da Comunicação Latino-Americana, pois ele lançava mão das teorias e metodologias norte-americanas do Jornalismo e as "transportava" para o contexto sociopolítico e cultural do nordeste.

Em 1963, em Pernambuco, Luiz Beltrão criou o Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), a partir da experiência que teve no CIESPAL, no qual ministrou a disciplina "Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo" . O ICINFORM é considerado como

> [...] o primeiro Centro de estudos teóricos da Comunicação e Informação. Tratava-se de iniciativa pioneira de Luiz Beltrão, inspirada pelas idéias restauradoras e modernizantes do pós-guerra, geradas pela ONU e pela UNESCO. O ICINFORM foi idealizado nos moldes dos cinco centros que a UNESCO

> implantou em todos os continentes, mas era intrinsecamente moldado pelo CIESPAL, fundado em Quito, no Equador (FELICIANO, 2003).

Para se ter uma idéia da influência do CIESPAL, vale lembrar o fato de que, por volta de 1964, aquele centro já havia treinado mais de 200 professores e diretores de faculdades brasileiros. O treinamento seguia à risca as decisões tomadas em 1961, durante a Conferência de Punta Del Este, quando foi lançado o programa de modernização dos sistemas educacionais para a América Latina, que priorizava quatro pontos básicos: controle centralizado; prioridade ao ensino técnico; tecnificação do ensino de humanidades e ciências sociais e despolitização das relações educacionais.

Vale lembrar que com o golpe militar, de 1964, as propostas do CIESPAL para o ensino da Comunicação foram plenamente postas em prática pela Universidade brasileira (MEDITSCH, 1999). Isto porque, seguindo a mesma orientação norte-americana do pós-Guerra, o Regime Militar, de 1964, passou a considerar a comunicação como área estratégica para segurança e desenvolvimento do País (MATTOS, 2002).

A partir de 1963, o ICINFORM passa a desenvolver, sob coordenação de Luiz Beltrão, atividades de extensão e de pesquisa sistematicamente. Em 1964, promoveu, em Recife, o I Curso Nacional de Ciências da Informação. Uma das primeiras pesquisas enfocou os reflexos da falta de jornais diários no Recife, durante a greve dos gráficos, que ocorrera no período compreendido entre 21 de março a 9 de abril de 1963. Os resultados dessa e de outras pesquisas foram publicadas, posteriormente, na revista *Comunicação & Problemas*, editada pelo ICINFORM e que se caracteriza como o primeiro periódico cientifico da área. O primeiro número da revista data de março de 1965.

O segundo número da revista *Comunicação & Problemas*, de julho de 1965, publica os resultados de uma pesquisa do ICINFORM, realizada pelos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, sob supervisão de José Marques de Melo, intitulada "A Crônica Policial do Recife" que, segundo estudo realizado por Fátima Feliciano, caracteriza-se como tendo sido este o primeiro

estudo de Iniciação Científica em Comunicação realizado no Brasil, em 1963, e só publicado em 1965 (FELICIANO, 2003).

Com a ida de Luiz Beltrão para a Universidade de Brasília, em 1966, os estudos desenvolvidos pelo ICINFORM ficaram sob a responsabilidade do prof. José Marques de Melo, "que os conduziria até sua transferência para São Paulo, onde daria continuidade a esta linha na Faculdade Cásper Libero e, posteriormente, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), onde fundaria, em 1967, o Departamento de Jornalismo" (FELICIANO, 2003).

Durante o ano de 1965, o CIESPAL realizou seminários regionais na América Latina, tendo sido um deles, no Rio de Janeiro, quando foi recomendada a transformação dos cursos de Jornalismo em Institutos de Comunicação.

> O CIESPAL não se limitava a propor a criação de um novo tipo de profissional: propunha a extinção e a substituição das profissões previamente existentes. A política do Centro influenciou a regulamentação profissional em diversos países e conseguiu unificar a linguagem acadêmica da área em todo o continente, com a boa desculpa de 'facilitar o intercâmbio'. (...) Conforme relatório do professor Raymond Nixon, em 1970 um terço das escolas do continente haviam trocado a denominação de 'jornalismo' por 'de comunicação' ou equivalente. Em 1980, este número estava próximo de 85%" (MEDITSCH,1999).

A segunda década do período 1957-1977, objeto deste trabalho, que tem início em 1967, foi marcada pelas mudanças introduzidas no ensino universitário, pela implantação dos cursos de pós-graduação, principalmente o da ECA/USP, pioneira em aglutinar todos os segmentos, da graduação à pós-graduação, no Brasil, pela diplomação, em 1973, dos primeiros Doutores em Jornalismo, e pela realização, no mês de dezembro de 1967, do I Encontro de Professores de Comunicação do Brasil. Vale dizer que, no ano de 1967, o País ganhou uma nova lei de imprensa, a Lei 5.250, sancionada pelo presidente Castelo Branco. Outros eventos marcantes que ocorreram neste período foram: a fundação da UCBC – União Cristã Brasileira de

Comunicação Social, em 1969, em São Paulo; a realização do I Congresso Brasileiro de Comunicação, promovido pela ABI em 1970 e a criação, em 1972, da primeira associação da área: a ABEPEC – Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação, também fundada em São Paulo.

Em 1967, Luiz Beltrão tornou-se o primeiro Doutor em Comunicação no Brasil, defendendo a tese "Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias", na Universidade de Brasília (UnB). Este trabalho se constitui numa das principais contribuições brasileiras à Teoria da Comunicação Latino-Americana. Essa tese só seria publicada na forma de livro, no ano de 1971, sob o título de *Comunicação e Folclore*. Dois anos depois, em 1969, Luiz Beltrão publicou o primeiro título de uma trilogia com ênfase na pedagogia da comunicação: *Imprensa Informativa: Técnica da notícia e da reportagem no jornal diário*. Em 1976, publicou o segundo título: *Jornalismo Interpretativo*. O terceiro, intitulado *Jornalismo Opinativo* foi publicado no ano de 1980.

A partir, de então, as idéias de Beltrão passaram a ser aprofundadas por pesquisadores brasileiros, destacando-se entre eles José Marques de Melo e Roberto Benjamin, seus ex-alunos. Inúmeros livros, monografias e teses têm sido publicados e a contribuição emblemática de Luiz Beltrão tem sido objeto de estudos e incentivado a difusão de suas idéias, por meio da fundação de várias instituições, a exemplo da INTERCOM, Rede Folkcom, Prêmio "Luiz Beltrão", entre outros que têm contribuído para sedimentar a *Folkcomunicação* como uma teoria de comunicação genuinamente latino-americana. O desenvolvimento do pensamento de Luiz Beltrão durante este período (1957-1977) e sua posterior difusão na América Latina, principalmente a partir da década de 90, pode ser considerada como uma das principais conquistas da comunicação no Brasil.

Seguindo o exemplo de seu mentor intelectual, José Marques de Melo também deixa Recife, estabelecendo-se em São Paulo; mas, antes disso, obteve o título de Especialista em Ciências da Informação Coletiva, pelo CIESPAL, no ano de 1966. Este título o habilitou a começar, em 1967, o curso de Doutorado em Jornalismo na ECA-USP e a criar, na então Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, o Centro de Pesquisas da Comunicação Social. No ano de 1969, orga-

nizou, em São Paulo, a I Semana de Estudos de Jornalismo da USP e, a partir de 1970, quando faz sua estréia na literatura universitária, começa a publicar importantes livros, contribuindo para os avanços metodológicos da área. Entre outros, publicados no período objeto deste artigo, destacam-se: *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970); *Folkcomunicação*, no ano de 1971; *Estudos de Jornalismo Comparado*, em 1972; *Contribuições para uma pedagogia da comunicação*, em 1974; *Comunicação/Intercomunicação, no Brasil*, em 1976; *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação*, em 1976; *Comunicação, Opinião e Desenvolvimento*, no ano de 1977.

Foi, também, em 1967, que a ECA/USP inaugurou seus programas de Jornalismo, tanto na graduação (bacharelado) quanto na pós-graduação (doutorado). A partir, de então, a ECA passou a desenvolver projetos integrados de ensino, pesquisa e extensão, oferecendo cursos em campos profissionais como Jornalismo, Cinema, Propaganda, Relações Públicas, Rádio e Televisão. Segundo José Marques de Melo, coube à "primeira geração de jornalistas-doutores, diplomados pela instituição, formar as várias gerações de Mestres e Doutores que, desde 1972, optaram pela área de concentração em Jornalismo" (MARQUES DE MELO, 2007a e 2007b).

A Reforma Universitária de 1968, fruto de um convênio firmado entre o MEC e a USAID, terminou com o regime serial e independente das faculdades, que seguiam o modelo francês, e introduziu o modelo norte-americano, composto de um sistema de créditos individuais e um modelo administrativo que separava a coordenação dos cursos das chefias dos departamentos. Até então, o curso de Jornalismo tinha três anos de duração e passou, com a reforma, para quatro anos.

Em 1969, o Conselho Federal de Educação (CFE) reexaminou o currículo mínimo do curso de Jornalismo e formulou um elenco de disciplinas para as Escolas de Comunicação, a partir das propostas de Celso Kelly, que havia também passado pelo CIESPAL. O resultado das sugestões de Kelly foi o parecer nº 631/69, aprovado pelo CFE, que deu origem à Resolução do MEC de nº 11/69. Essa Resolução estabeleceu, entre outras coisas, que os cursos de Jornalismo passariam a ser de Comunicação Social com cinco habilitações. No entanto, para que as escolas fossem consideradas faculdades, deveriam ofere-

cer pelo menos três das cinco habilitações: Jornalismo Especializado, Jornalismo Polivante, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Editoração. Foi devido a essa Resolução, que dividiu o currículo em disciplinas básicas por áreas (fenomenológicas, profissionais, específicas de cada habilitação e cultura geral) que, pela primeira vez, começou-se a falar da necessidade dos cursos de Comunicação Social disponibilizarem laboratórios para as aulas práticas, mas a efetivação dos mesmos foi sendo adiada devido à demora da implantação total do currículo. Tal Resolução perdurou até 1977; pois, no ano de 1978, o CFE, por meio da Resolução nº 03/78 estabeleceu nova divisão no currículo dos cursos de Comunicação. O novo currículo, implantado pelo Ministério da Educação, que passou a reger os cursos de Comunicação em suas diversas habilitações, introduziu a obrigatoriedade do Trabalho de Conclusão de Cursos (TCC), o que viria a melhorar a qualidade do ensino nos anos subseqüentes.

Observe-se que, em 1984, respaldado pelo Parecer nº 480/83, um novo currículo mínimo foi fixado pela Resolução nº 02/84, determinando que as disciplinas técnico-profissionalizantes fossem trabalhadas nas seis habilitações da área de Comunicação: Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Radialismo, Cinema e Produção Editorial. A partir, de então, a infra-estrutura laboratorial passou a ser obrigatória nas Faculdades de Comunicação. Como diz Marques de Melo,

> [...] a Resolução CFE 02/84 tornou obrigatória a infra-estrutura laboratorial criando o ambiente propício ao desenvolvimento do experimentalismo nas faculdades de comunicação de todo o País. Apesar da hegemonia então exercida pelos adversários do empirismo, a força da lei atuou no sentido de estruturar atividades de ensino comprometidas com a aplicação prática dos conhecimentos assimilados pelos jovens na sala de aula ou adquiridos nas leituras recomendadas pelos mestres que valorizavam a bibliografia segmentada. Isto facilitou a criação de pontes com mercado de trabalho. Essa nova safra de diplomados já possuía experiência na criação, produção e difusão de mensagens ou na gestão de campanhas, o que os habilitava a disputar vagas nas indústrias do ramo, sem reciclagem prévia (MARQUES DE MELO, 2004).

Pela força da lei foi, então, iniciada a implantação dos laboratórios para a prática das técnicas jornalísticas em todo o País. Antes disso, o estágio de estudantes, nas empresas de comunicação era permitido, o que veio a ser proibido, a partir de 13 de março de 1979, pelo artigo 19 do Decreto nº 83.284/79, como forma de combater a exploração, entre outras coisas, da mão-de-obra barata, tendo em vista o reconhecimento da profissão de jornalista. No Brasil, a profissionalização do Jornalismo teve início durante o Estado Novo e só foi concluída em 1969, com o reconhecimento da profissão de Jornalista, pelo Decreto Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969. A regulamentação da profissão do profissional formado em Comunicação, nas mais diversas habilitações, passou a ser regida pela Lei nº 6.612/78.

Começaram, então, a surgir, na década de 60, as primeiras Faculdades de Comunicação, em Brasília, São Paulo e Porto Alegre. Isso libertou os cursos da área da tutela das faculdades de Filosofia e Letras, mas os levou a gravitar em torno das Ciências Sociais. Essa mudança contribuiu para que o campo da comunicação ganhasse "densidade acadêmica, assimilando o *habitus* peculiar aos que produzem conhecimento teórico"; mas, "a comunidade do Jornalismo perdeu em substância cognitiva, distanciando-se do empirismo típico da rotina das redações" (MARQUES DE MELO, 2007).

A partir disso começaram a surgir novos cursos, além do de Jornalismo, tais como os de Publicidade, Relações Públicas, Cinema, Rádio e Televisão. Mudaram o currículo, os meios, a tecnologia disponível, mas o problema da formação do jornalista persiste até os dias de hoje porque:

> Perdura na academia o debate em termos dicotômicos: formar profissionais altamente qualificados para o mercado ou formar massa crítica de comunicadores? A questão é polêmica e não deveria ser levada ao extremo. As reformas permitiram que os cursos de jornalismo reformassem seus currículos, garantindo a viabilização de ambos os perfis. Não há teoria sem prática nem prática sem teoria (ADGHIRNI, 2006).

No ano de 1972, foi criada a primeira associação da área, ou seja, a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (ABEPEC), fundada em São Paulo, que realizou alguns congres-

sos nacionais, além de ter representado o Brasil na constituição de duas entidades Latino-Americanas: Associação Latino-Americana de Pesquisadores de Comunicação (ALAIC), fundada em 1978, em Caracas, na Venezuela, e a Federação de Associações de Faculdades de Comunicação (FELAFACS), fundada em 1981, na Colômbia" (MARQUES DE MELO,1999).

Em 1973, José Marques de Melo defende tese de doutorado, na USP, passando a ser o primeiro Doutor em Jornalismo do Brasil e, a partir daí, dá início a uma carreira de realizações na área da comunicação, publicando livros, promovendo eventos e, em 1977, fundou a maior e uma das mais importantes instituições da comunicação, sendo responsável por contribuições e conquistas para o espaço universitário da comunicação. Trata-se da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), criada no dia 12 de dezembro de 1977, depois da realização do I Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, em Santos – São Paulo.

Sob a liderança de José Marques de Melo, a INTERCOM, com sua política pluralista para minorar os efeitos da luta que se processava então, na área acadêmica, entre teóricos e práticos, tem contribuído, ao longo destes 30 anos, completados neste ano de 2007, para os avanços dos estudos da comunicação. Desde o seu início, a INTERCOM tem desempenhado um importante papel no desenvolvimento da pesquisa em Comunicação no Brasil. No início da década de 80, a Intercom empunhou a bandeira, liderando o movimento nacional em defesa dos cursos de Comunicação que estiveram sob ameaça de extinção pelo regime militar.

> Ao ser criada, a Intercom assumia o compromisso explícito com o pluralismo teórico, a diversidade metodológica e a liberdade de expressão. Pessoas oriundas de diferentes áreas acadêmicas se comprometiam a praticar a interdisciplinaridade, convertendo os processos comunicacionais em focos privilegiados da ação investigativa. Sua meta era constituir um corpus cognitivo vocacionado para respaldar a formação dos profissionais da mídia nos cursos superiores mantidos pelas universidades de todo o país. Além disso, a Intercom exibia outras marcas. Uma delas tem sido o internacionalismo acadêmico. Para tanto, a instituição vem exercitando diálogo permanente com as instituições congêneres que atuam no cená-

> rio mundial, particularmente a International Association for Media and Communication Research (IAMCR) e a International Federation of Communication Associations (IFCA). (MARQUES DE MELO, 2004, p. 292)

No ano seguinte à criação da INTERCOM, uma nova Resolução do Conselho Federal de Educação, de nº 003/78, passou a exigir os Projetos Experimentais (TCCs), com o objetivo de garantir, também, a prática laboratorial de produtos jornalísticos em função do ciclo básico (dois primeiros anos) e profissionalizante (os dois últimos anos). A Resolução do CFE de nº 002/84 fixou o currículo mínimo para os cursos de Comunicação Social.

Considerações Finais

No período entre 1957 e 1977, o ensino, primeiro do Jornalismo e depois de Comunicação (com suas seis habilitações), foi marcado, como bem sintetiza José Marques de Melo, por

> [...] avanços e retrocessos de natureza pedagógica, decorrentes da inserção institucional dos pioneiros cursos de Jornalismo nas faculdades de filosofia e letras. Tais espaços acadêmicos refletiam as demandas dos agentes educativos, vocacionados para atuar nas redes de ensino secundário, inibindo as identidades peculiares a segmentos profissionais, como o nosso, moldados, compulsoriamente pelo estilo discursivo que ali era hegemônico. Assim sendo, as primeiras gerações de profissionais midiáticos formados em nosso país sofreram as agruras de um modelo pedagógico que valorizava o beletrismo e a didática do giz-e-quadro negro. Poucos cursos desenvolveram processos sintonizados com a natureza típica do Jornalismo, ou seja, atividades de produção noticiosa, a não ser exercícios redacionais, dentro ou fora da sala de aula, usando bem mais a caneta do que a máquina de escrever (MARQUES DE MELO, 2004).

Entretanto, não se pode esquecer que apesar de funcionarem sob o regime de exceção pós-1964, as Universidades foram transformadas em verdadeiras trincheiras críticas de reação às imposições ditato-

riais do período. A resistência ao regime militar levou a academia também a reagir contra as propostas de reformas para a educação, independente do fato de serem ou não positivas. Entretanto, foi, no período entre 1957-1977, que aconteceram as maiores conquistas do setor, tais como, entre outras, a implantação dos primeiros cursos de Pós-Graduação, a criação das Faculdades de Comunicação com suas diversas habilitações e a criação das primeiras associações de comunicação (ABEPEC em 1972 e INTERCOM, em 1977). O sistema de comunicação de massa brasileiro e as Faculdades de Comunicação se consolidaram, nesse período, e foram fundamentais para a modernização e conquistas democráticas do País.

As Faculdades de Comunicação passaram a ser um espaço de discussão e intervenção crítica, ajudando seus alunos a serem melhores críticos e analistas dos meios de comunicação social e para ampliar a capacidade decisória daqueles que se dedicariam, especificamente, ao Jornalismo. Observe-se que foi, neste período, quando a indústria cultural se expandiu no País, que as Escolas, primeiro de Jornalismo, depois de Comunicação, alcançaram a legitimação (MARQUES DE MELO, 2004).

Foi, nesse período, que se consolidou a bibliografia midiática brasileira; que se estruturou, no Brasil, graças a Luiz Beltrão, a formação de uma Teoria de Comunicação Latino-Americana; que foram criados os primeiros centros e institutos voltados para os estudos teóricos da comunicação e informação do País; que foi lançado o primeiro periódico científico da área, em 1965; que aconteceu o primeiro estudo de Iniciação Científica da Comunicação, em 1963; que foi criada a primeira associação da área, a ABEPEC, e a maior delas, a INTERCOM. Enfim, foi ainda nesse período, de 1957 a 1977, que aconteceram avanços metodológicos significativos na área da Comunicação, contribuindo para que a mesma ganhasse densidade e respeitabilidade acadêmica, além de fortalecer e consolidar a história das Ciências da Comunicação.

Considerando que a democracia é um sistema político e uma luta permanente por liberdade e igualdade e que a educação é um meio para se chegar à democracia, as conquistas do espaço universitário da comunicação ao longo do período de 1957 a 1977, identificadas neste texto, contribuíram, e muito, para fortalecer a sociedade

democrática brasileira. Durante o período em foco, foram dados os primeiros passos que vieram a assegurar as conquistas democráticas e fortalecer a sociedade nos anos seguintes.

Se a conjuntura do período 1957 – 1977 do ensino da Comunicação foi cheia de contradições e, ao mesmo tempo, forneceu as bases para que mudanças mais positivas pudessem vir a ocorrer, nos anos seguintes, a conjuntura atual aponta para novos desafios no sentido de procurarmos manter um equilíbrio frente às tentações reformistas, destacando-se aqui as de iniciativas oficiais. Diante do contexto atual, enquanto academia, ficamos com a missão de refletir e encontrar novas opções para melhorar a qualidade de ensino e sair do imobilismo, para que possamos conquistar novos espaços nessa era de tecnologia digital e de convergência midiática. Com equilíbrio e muita reflexão, sobre a qualidade do trabalho que estamos desenvolvendo, é que poderemos contribuir nessa nova fase de mudanças, para que o ensino da Comunicação possa melhor atender as necessidades atuais e fortalecer a sociedade democrática brasileira.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O lugar do Jornalismo na Comunicação**, 2006. Disponível em: http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2006-supplement/Zelia/home.html . Acesso em 05/11/2007.

CIESPAL. Información general. Disponível em: http://www.comunica.org/chasqui/ciespal.htm. Acesso em 23/11/2007.

DIAS, Paulo da Rocha. Centenário de Carlos Rizzini, pioneiro da midiologia brasileira. **Paper apresentado durante o congresso da ALAIC**, no Chile, 2000.

FELICIANO, Fátima. Iniciação científica em jornalismo: o trabalho pioneiro de Marques de Melo. **Idade Mídia**, São Paulo, ano II, n. 3, jun./2003, pp;137-143. São Paulo, UniFiam. Disponível em: http://www.eca.usp.Br/pjbr/arquivos/mem_137-143_im3.pdf.pdf Acesso em 05/11/2007.

GENTILLI, Victor. O rompimento do genérico: o jornalismo em busca da identidade profissional e da legitimidade acadêmica. **Observatório da Imprensa**, 20/07/2000. Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da18072000.htm Acesso em 23/11/2007.

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

MARQUES DE MELO, José. A produção acadêmica brasileira em comunicação: perspectiva dos novos tempos. **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 11, dez. 1999, pp. 7-26.

MARQUES DE MELO, José. A pesquisa experimental nas escolas de comunicação: Reduzindo a distância entre academia e mercado. **ScienceNet,** Ano VIII – nº 53 – Março de 2004. Disponível em: www.marquesdemelo.pro.br/textos/textos_anteriores/txt_ant_01.htm Acesso em 08/11/ 2007.

MARQUES DE MELO, José. A **esfinge midiática**. São Paulo, Editora Paulus, 2004.

MARQUES DE MELO, José. Mestrado em Jornalismo: a ofensiva catarinense. **Revista Imprensa**, outubro 2007a.

MARQUES DE MELO, José. Prefácio. In: LAGO, Claudia e BENETTI, Márcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007b, pp . 7-16.

MATTOS, Sérgio. **A História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 2022.

MEDITSCH, Eduardo. Crescer para os lados ou crescer para cima: o dilema histórico do campo acadêmico do jornalismo. **Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 7 e 8 de setembro de 1999. Disponível em:

http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-dilema.html. Acesso em 25/06/2005.

A Conquista do Espaço Universitário da Comunicação: de que modo ele Fortaleceu a Sociedade Brasileira no Período de 1957-1977?

JACQUES A. WAINBERG[6]

Introdução

O desenvolvimento da pesquisa e do ensino de comunicação ocorre, no Brasil, curiosamente, no contexto do autoritarismo político, em especial, a partir da década de 1970. O fato é paradoxal. À medida que a Autoridade impunha a censura à imprensa, controlava a vida cultural do país, reformava o ensino, suprimindo das escolas secundárias, disciplinas tradicionais, como é o caso exemplar da Filosofia, surgia, no horizonte o interesse crescente das novas gerações não só pelas profissões comunicacionais, como pelo conhecimento e o estudo desse novo campo de investigação.

Vários fatores contribuíram para esse repentino sucesso. Entre eles está o progresso da televisão brasileira nessa época. A luta política pela liberdade de imprensa foi outro elemento. Tornou o Jornalismo uma das formas mais vigorosas e eficientes de embate à repressão política e da expressão do período. A utilização de técni-

6. Professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Ganhador do Prêmio "Luiz Beltrão" de Ciências da Comunicação – Categoria: Liderança Emergente, no ano de 2004.

cas persuasivas de propaganda pela Autoridade do país estimulou o interesse e a curiosidade dos jovens por teorias sociais, psicológicas e históricas capazes de explicar fenômenos comunicacionais emergentes e variados, entre eles, este que trata da persuasão. Ainda, o 'milagre econômico brasileiro' ampliou, com o crédito massivo, o mercado consumidor. Novas formas de administração foram introduzidas, no país, causando o fascínio público que não se esgotou até hoje com a atividade da publicidade.

Capitalismo Emergente

O vibrante capitalismo emergente e a luta de empreendedores nacionais e estrangeiros em conquistar fatias de mercado deram impulso às escolas de propaganda e aos cursos de relações públicas. O salto tecnológico, na área das telecomunicações, com a expansão das redes telefônicas, a conexão interurbana e internacional, por satélites, e a nacionalização e estatização das empresas do setor, entre outros fatores, aumentaram a curiosidade de muitos com as transformações produzidas por tais tecnologias no Brasil e no mundo. Também, a cinematografia nacional e o turismo interno expandiram-se sob a proteção estatal e com o patrocínio da Embrafilme e da Embratur.

Na visão nacionalista dos militares brasileiros, a indústria cultural e sua ação sobre o imaginário social era fator grave que merecia atenção. No caso, o que estava em jogo no período, era a 'mentalidade brasileira', a formulação de uma identidade nacional forte e vigorosa, capaz de fazer frente às influências estrangeiras. Por isso, os intelectuais foram vistos ao mesmo tempo como ameaça, como um perigo – por disseminarem 'idéias alienígenas' em nosso meio, especialmente o marxismo, – e como recurso disponível e indispensável à sedução das populações. Assim, com o medo e o relho numa mão e as verbas do patrocínio oficial na outra, a Autoridade, ao mesmo tempo, vigiou e apoiou de formas variadas e criativas a indústria editorial, jornalística, fonográfica, teatral, cinematográfica e televisiva do país.

Participação da Universidade

A universidade acompanhou o passo dessa efervescência. As novas profissões do mundo da comunicação adquiriram aura. Jovens sedentos por liberdade, justiça, conhecimento, verdade, fama e publicidade buscaram as novas vocações e os cursos de Comunicação começaram a se espalhar por todas as regiões brasileiras. Num primeiro momento, preponderou sua faceta profissionalizante. Num segundo, a acadêmica. Os cursos de pós-graduação em Comunicação, ao surgirem e se consolidarem, à medida que a democracia igualmente ganhava espaço, no Brasil, lançaram luz crescente a este novo e determinante aspecto da vida social e cultural do país.

Ambas as tendências – a profissional e a teórica – não pararam de se confrontar desde então. No nascedouro, conviviam em relativa paz, já que as vocações crítica e aplicada convergiam com mais facilidade. O Jornalismo era militante, em boa medida. Tinha motivos e estímulos suficientes para denunciar o que insistia em permanecer abafado e escondido pela autoridade repressora. Professores saídos das redações, das agências de propaganda e do mundo empresarial viram-se, aos poucos e crescentemente, cercados por colegas originários das ciências humanas e sociais que se refugiavam nas novas escolas de comunicação. E, nesse novo ambiente, e sob a proteção do novo objeto, ajudaram a constituir a pauta diversificada do novo campo.

Decorre, dessa característica híbrida, a crise de identidade que acompanha a Comunicação, desde então. Os estudos semiológicos e a teoria crítica deram amparo, na época, ao desejo de fazer frente ao 'sistema'. No período, os estudos empíricos e funcionalistas tinham perdido em nosso meio fôlego. Em boa medida, os acadêmicos, de então, viam no ensino e na pesquisa da Comunicação uma forma de combater ora o capitalismo ora o autoritarismo militar, ora a ambos.

Redemocratização do País

Com a redemocratização do país, o radicalismo daquele tempo diminuiu e as emoções ideológicas e teológicas apaziguadas em certa

medida e grau. O fato abriria espaço para o avanço de metodologias menos prescritivas, impressionistas e especulativas que utilizavam o ensaísmo como seu método preferencial de expressão.

Tal história nacional revela, portanto, essa tendência geral: do prático ao teórico. Em primeiro lugar, as profissões. Foram elas que abriram espaço ao campo teórico, propriamente dito, dando aos cursos de graduação identidade e aos de pós-graduação missão. Caso contrário, caso não existissem o jornalista, o publicitário, a radialista, o cineasta e o relações públicas, entre outros, a Comunicação continuaria sendo tratada como tópico eventual e circunstancial de outros campos do saber.

No Brasil, o vigoroso desenvolvimento destas profissões, desde os anos 1940, quando surgiu o primeiro curso de Jornalismo, e a entrada do Brasil na Era da Informação, especialmente a partir dos anos 1980, obrigaram a universidade a acompanhar a tendência internacional de considerar o papel dos *media* na sociedade contemporânea, como um fenômeno revolucionário que demandava estudo e reflexão. A Comunicação deixa de ser tópico focado na conversação, ao diálogo interpessoal, de interesse antropológico, lingüístico e psicológico exclusivos. A sociedade de massas passara a ser um fato brasileiro igualmente.

A partir dos anos 1980, os cursos profissionalizantes da área começaram a proliferar e, nos anos 90, o mesmo ocorrera com seus cursos de pós-graduação que, até então, estavam concentrados nas principais universidades públicas do país. Tal evolução tornou o Brasil, hoje, referência mundial no estudo desta temática. A pauta das investigações se sofisticou, desde aquele alvorecer, quando tais estudos concentravam-se majoritariamente em tópicos relativos à imprensa e ao jornalismo. A partir dos anos 70, gradativamente, passou a incluir problemas de pesquisa que refletiam a complexidade do país, de sua malha tecnológica, de sua cultura diversa e de sua rica e produtiva indústria cultural.

As marcas, do período de 1957 a 1977, são decisivas para que essa comunidade profissional se consolidasse. Nestes 20 anos, a imprensa era, como afirmado, em boa medida, engajada. Hora estava ao lado da Autoridade, ora lhe fazia oposição. O "Jornalismo do Editor" – do tipo praticado por personagens como Assis Chateaubriand, Carlos

Lacerda e Samuel Wainer – daria lugar, aos poucos, ao "Jornalismo do Leitor", que passou a levar em conta menos os gostos e desgostos de seus editores e proprietários e mais o desejo dos leitores e audiências.

O ensino do Jornalismo, no Brasil, que passara a atrair, de forma surpreendente, o talento humanista da nova geração de brasileiros, amadurece. Com os baques da história, evoca as máximas da liberdade. Divulga os direitos humanos. Provoca o tempo com o sabor da democracia, cujos valores lhe dá amparo e sustentação. O mesmo ocorre com as demais áreas da Comunicação.

Após a ditadura de Getúlio Vargas e de seu governo, em 1954, dos anseios modernizadores da era JK, iniciada em 1956, do populismo de Jânio Quadros, que se encerra em 1961, das tensões sociais e políticas que culminariam com o golpe de 1964, e da modernização acelerada do país, no período militar, a pauta acadêmica da área da Comunicação se diversificaria. A televisão e sua influência social era um dos temas preferenciais e mais envolventes. Política e Comunicação, os discursos ideológicos, a formação e a manipulação da opinião pública, o consumo e a recepção de bens simbólicos variados são outros que passaram a despertar a curiosidade dos novos acadêmicos.

Tal saber resultou multifacetado, interdisciplinar, por natureza, polêmico. Ou seja, tais virtudes arejaram e deram ânimo às novas gerações de comunicadores. Inspiraram, naquele tempo, experiências comunicacionais rotuladas, por vezes como de 'resistência'.

Considerações Finais

Depois, o caráter rebelde do comunicador se modificara. De certa forma, o espírito empresarial e profissional, desse tempo resulta do sucesso obtido pela geração libertária daqueles vinte anos. Há, no ar, especialmente entre os veteranos, certa nostalgia por aqueles dias de luta apaixonada. Há, no ar, um lamento a esse nosso tempo mais equilibrado, menos maniqueísta, em que é difícil diferenciar claramente o bem do mal.

O que era claro naqueles vinte anos, tornou-se turvo. Tal confusão moral permitiu que a educação da Comunicação se libertasse,

finalmente, de sua tendência "evangelizadora". Menos dogmática, ampliou horizontes, tornando-se ela própria reflexo da nova nação, agora mais livre. Nesse novo ambiente, precisão e rigor conceitual e metodológico passaram a ser metas não só desejadas, mas requeridas, aproximando o bravo espírito crítico dos anos 60 e 70, da velha demanda da Ciência, que clama por evidências, observação e precisão.

Por isso, cabe concluir, não só a Comunicação serviu ao país, protegendo e disseminando valores democráticos caros, como serviu-se das modificações produzidas, arejando sua comunidade de pesquisadores, evitando o autoritarismo interno e o dogmatismo fundamentalista. Tornou-se réplica do Brasil. Democrático, enfim.

Parte II

A Luta pela Comunicação Democrática: 1977-2007

A Democratização Frustrada[7]

MOACIR PEREIRA[8]

Introdução

As três décadas que marcam a construtiva atuação da Intercom na abertura de espaços inéditos de debates, estudos e formulações acadêmicas em torno da redemocratização da comunicação, no Brasil, coincidem com sucessivas campanhas nacionais de afirmação da cidadania política.

O período corresponde a dois momentos distintos: o primeiro, assinalado pela união de diferentes setores políticos, civis, ideológicos e corporativos de combate direto à censura prévia a imprensa e restabelecimento pleno dos direitos individuais suprimidos, pelo Ato Institucional número 5 (AI5), e dispositivos complementares do

7. Intervenção no Painel 2: "A luta pela comunicação democrática na sociedade autoritária. Como se deu a passagem para a sociedade da informação na conjuntura 1977-2007"

8. Ex-presidente da Associação Catarinense de Imprensa e do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, fundador do Curso de Jornalismo da UFSC, autor de 26 livros sobre Jornalismo, Comunicação e Política, "Prêmio Nacional de Comunicação Luiz Beltrão" (Maturidade Acadêmica). Colunista do Diário Catarinense e comentarista da CBN-Diário e RBS-TV. Ganhador do Prêmio "Luiz Beltrão", de Ciências da Comunicação – Modalidade: Maturidade Acadêmica, no ano de 1998.

regime militar. O segundo, pela dispersão dessas mesmas forças em relação aos esforços destinados à implantação de um sistema mais democrático de comunicação.

A luta pelo fim da censura prévia ganhou nova munição, com episódios sangrentos, deixando claro à sociedade civil que a violência tinha relação direta com a falta de liberdade dos jornalistas e dos meios de comunicação. A reação corajosa, diversificada e criativa que se registrou, particularmente nos jornais do eixo Rio-São Paulo, desde 13 de dezembro de 1968, iria sensibilizar outros Estados e segmentos sociais e políticos com os sangrentos episódios no Dói-Codi, em São Paulo. A mobilização política, que vinha de longe, conquistaria praticamente toda a mídia. E a imprensa passa a contar, também, com o aval político de influentes setores parlamentares e governistas, aí incluídas lideranças identificadas, até então, com o regime.

O restabelecimento da ordem jurídica democrática tem seu início com a promulgação da Constituição Federal de 5 de outubro de 1988. É um marco histórico que fecha o ciclo das campanhas e mobilizações da sociedade civil em torno da redemocratização. A censura prévia caiu muito antes, mas a garantia legal se consolida com a nova "Carta Magna", conquistada já no período de uma presidência civil, embora escolhida pela via indireta ditada pelo autoritarismo militar.

Dois fatos históricos foram determinantes, nesta longa passagem: a morte do jornalista Vladimir Herzog, em São Paulo; e a Novembrada de 1979, em Florianópolis.

A firme atuação do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo, na Capital paulista, e a determinação com que a Associação Brasileira de Imprensa reagiu, no Rio de Janeiro, sinalizaram para toda a Nação a necessidade de um "basta" a violência das prisões arbitrárias, das torturas e de arbitrariedades praticadas nos porões da ditadura. Ajudaram a criar uma nova consciência: a de que fatos gravíssimos, registrados em São Paulo, e outras capitais vinham sendo escondidos da população em decorrência da censura prévia imposta pelo regime.

Presidente do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, Audálio Dantas e seus colegas de Diretoria, sensibilizaram outras lideranças e pela primeira vez desafiaram o regime de forma ostensiva, através de uma competente "mobilização religiosa", de forte conteúdo po-

lítico. Entre os aliados no comando desse feito extraordinário, despontaram Dom Paulo Evaristo Arns, Arcebispo de São Paulo, e o Rabino Henry Sobel, entre outros.

No Rio de Janeiro, levantou-se a ABI, pela voz de seu presidente, Prudente de Morais Neto, respaldado pelo ex-presidente, Barbosa Lima Sobrinho, e notáveis da imprensa carioca. A condenação à violência seria demonstrada, na missa de sétimo dia, convocada para a Igreja da Candelária. Uma ordem de Dom Eugênio Salles, Arcebispo do Rio de Janeiro, cancelou o ato, ao determinar o fechamento daquele templo católico. A ABI transferiu a ecumênica manifestação religiosa para seu auditório, no Palácio da Imprensa, dando-lhe evidente caráter político.

Pelos contundentes pronunciamentos de São Paulo e do Rio de Janeiro e pelas multidões que se reuniram, nesses eventos, em solidariedade aos familiares de Herzog e de outros presos políticos, começa o desmonte do autoritarismo político.

O basta definitivo, contudo, vai acontecer em Florianópolis, durante visita do então presidente João Batista Figueiredo. Executando política populista, ditada pelo ministro da Comunicação, o publicitário Said Faraht, Figueiredo foi à Santa Catarina para "conviver" com a população. Na seqüência de visitas ditas "populares", iria tomar cafezinho no Ponto Chic, o Senadinho da Ilha de Santa Catarina e marco histórico de encontro popular no coração da cidade. Equívocos políticos primários assinalaram a semana anterior à data da visita. Figueiredo enviou uma placa para ser inaugurada, na Praça XV de Novembro, próxima da centenária figueira. Homenageava Floriano Peixoto, com referências elogiosas, como se a população local devesse algum tributo ao presidente alagoano. Ignoravam os militares e os assessores palacianos um fato que, até hoje, enluta famílias catarinenses: a mando de Floriano Peixoto, o coronel Moreira César comandou uma operação militar que corresponde à grande tragédia da Ilha. Prendeu e mandou matar na Ilha de Anhatomirim, 187 ilustres filhos da terra, alguns heróis da Guerra do Paraguai, acusados de subversão, por serem simpáticos ao Império ou adeptos de um federalismo que assegurasse mais autonomia aos Estados.

Desterro, a antiga capital da Província, durante a Monarquia Unitária, passou a se chamar Florianópolis (cidade de Floriano),

muito mais por negociatas políticas e pelo desejo de pacificação política, do que por sincera homenagem ao então presidente da República.

Também, na semana da visita, Figueiredo afirmou que "preferia o cheiro de cavalo ao cheiro de povo". O governo elevou os preços dos combustíveis, provocando forte reação entre os motoristas de táxi. A inflação registrava elevação nos índices. E o governo estadual organizou uma churrascada para homenagear Figueiredo, anunciando a distribuição de milhares de litros de chope.

Os estudantes organizaram uma manifestação. Protestaram com faixas, cartazes e palavras de ordem, em frente ao Palácio Cruz e Souza. Quando Figueiredo respondeu com um gesto, interpretado pela massa como obsceno, teve como resposta imediata xingamentos e palavras de ordem. Desceu, irritado, para enfrentar aos estudantes. Foi o começo de uma grande confusão, que se agravou com a decisão de manter o roteiro original, dirigindo-se ao "Ponto Chic". Ali, os protestos – alguns físicos contra seus ministros e assessores – envolveram motoristas e populares.

O episódio ganhou até editorial no "Jornal Nacional". Cid Moreira condenou os protestos, chegando a sentenciar que a abertura corria risco. Os colunistas dos principais jornais, ao contrário, foram unânimes em proclamar que o povo de Florianópolis revelava, no protesto, que a ditadura estava com seus dias contados.

A história provou mais tarde que os comentaristas tinham razão.

Centralismo

Nestes 30 anos de atuação da Intercom e 20 de plenitude constitucional, o que se constata é uma lamentável estagnação na caminhada em direção à prometida redemocratização da comunicação. É curioso observar que o Brasil avançou em praticamente todos os setores: legalização de todos os partidos políticos, plena autonomia sindical, liberdade de associação e de crítica, surgimento de múltiplas seitas e economia diversificada e democratizada. O único segmento que se manteve, praticamente inalterado, em relação ao sistema, foi o da comunicação eletrônica. Permanece o centralismo da mídia

eletrônica em grandes redes nacionais, sufocando manifestações artísticas e culturais locais e regionais e limitando espaços preciosos para divulgação dos acontecimentos municipais e estaduais que contribuiriam para preservação de valores e tradições.

A legislação, também, permanece autoritária. A Lei de Imprensa, datada de janeiro de 1967, foi aprovada por um Congresso Nacional mutilado e sua estrutura nada tem a ver com as necessidades da vida moderna. As novas tecnologias de comunicação gráfica sequer existiam há 40 anos. A indispensável agilidade no julgamento de crimes contra a honra, praticados pela imprensa, inexiste na atual ordem jurídica.

Grave é constatar que senadores e deputados estão discutindo projetos alternativos de uma nova lei de informação, há décadas, sem que se chegue uma nova ordem jurídica, pelo acordo ou pelo voto, capaz de viabilizar a tão aspirada redemocratização.

A doutrina do direito social à informação avançou, a legislação de imprensa modernizou-se, no mundo inteiro, mas o Congresso Nacional não consegue sepultar a atual Lei de Imprensa, para aprovar normas que sejam compatíveis com as necessidades da nova sociedade.

A unidade da sociedade civil, na luta contra a censura prévia à informação, pulverizou-se na condenação do centralismo autoritário e na construção de uma nova ordem jurídica mais democrática.

Frustrações que se multiplicaram com os dois governos do presidente Fernando Henrique Cardoso. Não se confirmaram todas as melhores expectativas de que na gestão tucana, identificada no discurso com a pregação da social democracia, foram tomadas decisões históricas da edificação moderna. Nada se fez por uma nova "lei de imprensa", o Conselho Nacional de Comunicação Social permaneceu letra morta da Constituição Federal, a desejada comunicação federativa nunca existiu e tornou-se notória a falta de vontade política dos governantes na execução daquelas metas destinadas à mínima redemocratização da comunicação.

Decepções que se aprofundaram com a eleição do presidente Lula. Novas expectativas transformadas em desilusões pela não concretização dos compromissos históricos assumidos pelo Partido dos Trabalhadores (PT). Nada se avançou em relação à "Lei de Imprensa", o Conselho Nacional de Comunicação continuou esvaziado e

improdutivo, a democratização da comunicação eletrônica não se viabilizou; nem no rádio e muito menos na televisão, a outorga de canais eletrônicos, nos estados e municípios, não aconteceu e muito pouco se fez em termos de valorização da cidadania a partir de novos processos comunicacionais.

A única iniciativa, de criação da TV-Brasil, permanece envolve em dúvidas, diante da ameaça de transformar a rede nacional em veículo oficial do *lulo-petismo*, com linha editorial muito distante do modelo adotado pela BBC de Londres, um dos poucos que admite o estatismo comunicacional blindado do mandonismo governista e da ostensiva manipulação oficial e partidária.

Chega-se, ao final da terceira década a um terrível paradoxo: a mídia com poder para desmantelar a corrupção administrativa e política, com força de investigação para balançar governos em vários níveis, pois é incapaz de promover a democratização da informação.

Repete-se o mesmo paradoxo da regulamentação profissional. Se dependesse dos congressistas, os jornalistas jamais teriam sua profissão regulamentada. Tentativas inúmeras acabaram sepultadas nos gabinetes do Rio e depois de Brasília.

A normatização profissional só veio com o regime militar, o mesmo que censurou, depois prendeu, torturou e matou. Como forma de compensar as punições aplicadas a jornalistas profissionais de postura independente e crítica e reduzir o impacto das penalidades aplicadas as professores universitários, demitidos e perseguidos, nos Cursos de Comunicação, e a formas autoritárias de intervenção nos sindicatos de jornalistas, o governo militar outorgou o Decreto-Lei n. 972, de 1969. Sua regulamentação veio com o presidente Ernesto Geisel, dez anos depois. Caíram, por terra, de lá para cá, todas as tentativas de atualização dessa regulamentação. Por históricas divergências entre os profissionais e as empresas jornalísticas e interesses, muitas vezes, inconfessáveis de setores contrários a essa conquista histórica da classe.

Perspectivas

Feita a avaliação, desses 30 anos de luta pela comunicação de-

mocrática, fica a pergunta: e quais são as possibilidades de novas conquistas nos próximos anos?

Os cenários que se desenham não são promissores. Em primeiro lugar, fica patenteado que a estabilidade econômica, que deveria fertilizar terrenos na construção da nova democracia comunicacional, acaba contribuindo para o enfraquecimento dessa luta. Com a manutenção ou melhoria do poder aquisitivo, os segmentos mais esclarecidos fazem opções, no plano pessoal, e fogem da luta política, até pelas frustrações sucessivas de campanhas em torno de bandeiras nacionais históricas.

A política social do governo Lula, distribuindo a "bolsa família" a milhões de cidadãos na faixa da pobreza, produz dois fatos novos: a dependência política e a anestesia política de parte desse contingente social mais pobre.

Numa faixa mais esclarecida do povo, a desmoralização da classe política atua como forte antídoto à participação política. Os desencantos com a representação parlamentar, cada vez mais improdutiva e menos identificada com o sentimento nacional, desfaz a consciência coletiva em torno de bandeiras cívicas.

Nestes últimos anos, as denúncias de desmandos administrativos, atitudes anti-éticas de governantes, escândalos que se repetem, nas revistas semanais, e nas constantes operações da Polícia Federal, produzem a sensação frustrante e ampliada da impunidade geral.

A carência de líderes nacionais com credibilidade política, autoridade moral e força ética para comandar movimentos pela democracia, na comunicação, constitui outro fator a causar desencantos.

Finalmente, o surgimento das novas tecnologias na eletrônica e na informática. Internet banda larga, convergência tecnológica, múltiplos meios de diversão doméstica, digitalização e incontáveis formas de comunicação representam poderosos incentivos ao individualismo e à ação solitária, residencial, privada, em contraste com os tradicionais programas artísticos e culturais de lazer, todos estimulando a prática coletiva.

Assim, a sociedade civil foi competente para destruir o entulho autoritário, mas encontra dificuldades ou, revela-se incompetente, no plano da cidadania, para construir um novo e mais eficiente processo democrático de comunicação no Brasil.

A luta pela comunicação democrática na sociedade autoritária. Como se deu a passagem para a sociedade da informação na conjuntura 1977-2007?

PROF. DR. PEDRO GILBERTO GOMES, SJ.[9]

Vou centrar a minha exposição na relação mídia e religião. Num primeiro momento, focalizarei uma entidade de comunicação, ainda existente, que exerceu um papel fundamental na luta por uma comunicação democrática; durante o período negro da Ditadura Militar Brasileira. Refiro-me à União Cristã Brasileira de Comunicação Social – UCBC.

A União Cristã Brasileira de Comunicação Social – UCBC

A União Cristã Brasileira de Comunicação Social vem desempenhando um papel muito importante na reflexão e ação sobre comunicação social, tanto no âmbito da sociedade brasileira quanto das Igrejas Cristãs. Com seus trabalhos e encontros, ela ajudou a clarificar e a melhor expressar a compreensão de comunicação e o uso dos meios de comunicação das Igrejas Cristãs, notadamente a Igreja Católica.

9. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Ganhador do "Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – Categoria: Liderança Emergente, no ano de 1998.

Esta Igreja, ao longo de sua história, teve uma trajetória bastante acidentada com relação à comunicação social, principalmente os meios eletrônicos[10]. Nesta, podemos identificar três posturas conflitantes, embora concomitantes. Num primeiro momento, houve uma preocupação em condenar os meios eletrônicos, principalmente o cinema e a televisão, com visível ranço moralista. Nesse período, a Igreja centrou sua atenção no conteúdo dos meios, procurando detectar, nas mensagens veiculadas, os desvios morais que pudessem pôr em perigo a conduta das pessoas. Daí haver sempre certo cuidado, certo zelo para que os meios de comunicação somente veiculassem mensagens positivas, não-violentas, mensagens pudicas. Nessa linha, incentivou-se a "Legião da Decência", criada nos Estados Unidos (recomendada pelo Papa para as dioceses do mundo inteiro[11]), montaram-se, mais tarde, as Centrais Católicas de Cinema, que distribuíam as "cotações morais dos filmes" todas as semanas[12].

Uma segunda postura, apresenta-se como deslumbramento frente aos meios de comunicação social, acentuando a sua utilização para passar a mensagem evangélica. Embora permaneça a preocupação com a mensagem, a Igreja descobre os meios de comunicação como instrumentos aptos para fazer com que a sua palavra alcance os mais vastos rincões da terra. Essa posição se cristaliza, durante o Concílio Vaticano II, que publicou o Decreto *Inter Mirífica*. Nesse Documento, embora ainda com ressaibos moralistas, louva-se os meios de comunicação como maravilhas do engenho humano. Isso fica mais claro em 1971, com a publicação do Documento *Communio et Progressio*, emanado da Pontifícia Comissão para os meios de Comunicação Social, a pedido do Papa Paulo VI. Aqui, os meios são

10. Para melhor compreensão desta trajetória, ver: SOARES, Ismar de Oliveira Soares. **Do Santo Ofício à Libertação**. São Paulo: Paulinas, 1989; DELLA CAVA, Ralph e MONTEIRO, Paula. ...E **O Verbo se Faz Imagem**. Petrópolis: Vozes, 1991.

11. Papa Pio XI, com a Encíclica "Vigilanti Cura", destinada aos bispos norte-americanos, elogia e recomenda a "Legião da Decência" para todos os bispos do mundo (cf. SOARES, **Do Santo Ofício**...p.78ss.).

12. Cf. GOMES, Pedro Gilberto. "A Pastoral da Comunicação". IN: **Verso & Reverso**. Ano IV, nº. 6 (janeiro/junho/1990), p. 18. Ver também: GOMES, Pedro Gilberto e SOARES, Ismar de Oliveira. "O Que fazer com o Senso Crítico?" in VARIOS. **Teoría y Praxis de la Iglesia Latinoamericana en Comunicaciones Sociales**. Bogotá: DECOS/CELAM, 1988, pp. 349-357.

visto como instrumentos da comunhão e do progresso da sociedade humana.

Uma terceira posição, mais crítica, contempla a comunicação de maneira mais global. Muito mais importante que a crítica da mensagem – abstraída do seu contexto – e o aprendizado da técnica dos meios – como se esta fosse neutra –, é a compreensão da comunicação como um processo. O que se procura é desvendar a estrutura da comunicação. Isto é, como ela é conduzida na sociedade atual. A partir dos grupos que discutem comunicação, identifica-se a estrutura de dominação e verticalismo no processo comunicacional, tanto da sociedade quanto dos próprios grupos envolvidos nos processo. Com isso, acontece um deslocamento do pólo do emissor para o pólo do receptor. Este último é privilegiado como ponto de partida para a discussão e a compreensão da comunicação. Toda essa mudança começou em 1968, com a II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em Medellín, Colômbia, e adquiriu foro de cidadania em 1979, com a III Conferência, realizada em Puebla de Los Angeles, México.

No início, dizíamos que essas posturas eram conflitantes, embora concomitantes. Isso se justifica porque essas posições não aparecem de maneira, quimicamente, pura. É certo que elas se identificam com uma fase histórica do pensamento e do agir eclesial. Entretanto, todas as três subsistem ainda hoje, convivendo de maneira dialética e conflitiva na prática pastoral da Igreja. O trabalho é cíclico. Processual. Explicita-se e aperfeiçoa-se, enquanto se desenvolve. Porque é dialético, o processo não é linear e sempre positivo. Há períodos de retrocesso e momentos de estagnação. A tentação de se voltar às experiências, já conhecidas, é muito grande, pois aceitar a comunicação como um processo implica enfrentar o novo e o inusitado no trabalho. Isso implica democratizar a comunicação e, numa democracia, nunca se tem certeza absoluta e a garantia antecipada dos rumos que as coisas irão tomar.

É, nesse contexto, que surge a UCBC, em pleno movimento de transição que a Igreja Católica passava no continente, arejada pelo Concílio Vaticano II, aplicado à América Latina pela Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em 1968, em Medellín, Colômbia.

Com relação à Igreja do Brasil, o trabalho da UCBC, nos seus congressos e, principalmente, através do Projeto de Leitura Crítica da Comunicação, contribuiu de forma decisiva para a mudança da perspectiva de comunicação. Ajudou a compreender o processo de comunicação, também dentro da Igreja, para depois discutir os grandes meios. Mais ainda, foi elemento decisivo para que a preocupação com a formação do senso crítico dos receptores (sempre presente na pastoral das Igrejas) se transformasse em preocupação com a educação para a comunicação. Muito mais do que um jogo de palavras, essa mudança significou uma virada ideológica. Pois, implicou reconhecer que "ninguém dá senso crítico para ninguém; ninguém educa ninguém; ninguém é mais consciente do que ninguém". Implicou, também, aceitar que todos têm uma palavra a dizer e que o trabalho, no campo da comunicação deve dirigir-se a criar condições para que esta palavra possa ser ouvida no concerto da sociedade. Foi, ademais, uma mudança ideológica porque significou a valorização do pólo do receptor, reconhecendo-o como produtor de sentido na comunicação, e não um mero receptor de mensagens pré-fabricadas. Tudo encontrou suas raízes nos pressupostos da Teologia da Libertação, assumidos pela UCBC ao longo de sua história, e se explicitou na "Opção Preferencial pelos Pobres", tal como o expressou o documento de Puebla.

Em 1988, a União Cristã Brasileira de Comunicação realizou, na cidade de Londrina (PR), no campus da Universidade Estadual, o seu XVI Congresso Brasileiro de Comunicação Social, com o tema: COMUNICAÇÃO, MEMÓRIA E RESISTÊNCIA.

Os resultados desse congresso foram consignados num livro[13] – mais um entre tantos que a entidade publicou. Na apresentação deste livro, escrevíamos:

> A União Cristã Brasileira de Comunicação Social está vivendo um período de celebração dos seus vinte anos de existência. Este ano, 1989, fazem vinte anos que um grupo de brasileiros lançou a idéia da fundação de uma entidade de comunicação.

13. GOMES, Pedro Gilberto, BULIK, Linda e PIVA, Márcia Cruz. **Comunicação, Memória & Resistência**. São Paulo: UCBC-Paulinas, 1989, 263 p.

> Foi em São Paulo, no dia 18 de julho de 1969, durante o Congresso da União Católica Latino-Americana de Imprensa. Constituída uma Comissão Provisória, que trabalhou durante um ano, a instalação oficial da nova entidade deu-se em setembro de 1970, no Rio de Janeiro, durante a realização do Primeiro Congresso Brasileiro de Jornalistas Católicos[14].

Tendo em vista a história da UCBC, sublinhava que ela possuía motivos de sobra para tratar do problema da memória e da resistência ligado ao tema da comunicação. Por isso, enfatizava que

> [...] é pensamento da entidade que a construção de uma sociedade mais justa e solidária com formas comunicacionais democráticas que expressem a condição de liberdade que devem ter todas as pessoas, somente alcançará seus objetivos se a sociedade não perder sua memória histórica. Quando se fala em memória histórica, não se pensa numa volta idílica a um passado remoto de maravilhas e conquistas. Ao contrário, entende-se como um Fazer Memória. Isto é, reconhecer o passado como pedra onde o pé se apóia para se lançar para frente, com coragem e decisão[15].

Este entendimento estribava-se na consciência de que um povo sem memória é um povo que não conhece seu presente e não pode vislumbrar e construir seu futuro. É um povo carente de perspectivas, de pontos de referências e de balizas para avançar. Portanto, carente de identidade. Com a memória estabelecida, seus registros tornam-se forças de resistência contra a opressão e a dominação[16].

> Daí porque memória e resistência andam sempre juntas. Só resiste o povo que possui memória, pois sabe de onde veio e tem idéia clara para onde caminha. Tem algo a defender, um passado a zelar e um futuro a construir[17].

A UCBC foi fundada, como afirmamos acima, num momento muito especial da vida brasileira: 1969, época do recrudescimento

14. Idem, p. 5.
15. Idem, p. 5-6.
16. Cf. Idem, p. 6.
17. Idem ibidem.

da Ditadura Militar que se abatera sobre o país em 1964. Muito da atuação da entidade nesse momento foi plantada aqui e acolá em diversas obras que falavam tanto da comunicação cristã quanto da UCBC em particular, quando a entidade publicou os resultados de seus congressos anuais.

Quem primeiro escreveu algo sobre a história da UCBC foi José Marques de Melo[18], ao apresentar um panorama da comunicação e da incomunicação no Brasil. Esta obra é importante porque contém um registro dos primeiros congressos da UCBC, recolhendo os principais documentos que serviram de base para as discussões neles realizadas[19]. No final do livro encontram-se publicados: um histórico da UCBC e seus Estatutos.

Também o segundo livro publicado pela UCBC[20] possui alguma coisa sobre a vida da organização. Destacam-se: uma palavra de Introdução do Presidente da UCBC, onde situa a trajetória da entidade no Brasil e um texto final que faz a sua apresentação para os interessados em se associarem a ela.

O terceiro livro publicado[21] recolhe as contribuições do VII Congresso da UCBC, realizado em 1979. Esse Congresso marcou os 10 anos de existência da UCBC. Além da apresentação feita pelo, então, Presidente, Frei Clarêncio Neotti, merece destaque uma reflexão realizada por José Marques de Melo[22]. São duas páginas sumárias que sintetizam os primeiros momentos da criação da entidade, vinculando-a ao Congresso Latino-Americano, realizado em São Paulo em 1969. Marques de Melo relata o encontro realizado no dia 18 de julho nas dependências da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a coordenação de Frei Romeu Dale, então, secretário de Opinião Pública da CNBB.

18. MARQUES DE MELO, José. Comunicação/Incomunicação no Brasil. IN MARQUES DE MELO, José. (Org.). **Comunicação/Incomunicação no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1976, p. 7-18.
19. Neste livro estão publicadas as Declarações do Rio de Janeiro e de Guaratinguetá, realizadas nos dois primeiros congressos da UCBC (1970 e 1972).
20. NEOTTI, Clarêncio (Org.). **Comunicação e Consciência Crítica**. São Paulo: Loyola, 1979, 231 p.
21. NEOTTI, Clarêncio (Org.). **Comunicação e Ideologia**. São Paulo: Loyola, 1980, 247 p.
22. "Sobre os Objetivos da UCBC Estabelecidos em Sua Fundação", in op. cit. p. 14-16.

Em 1983, ao participar de uma obra coletiva[23], Ismar de Oliveira Soares aborda a relação entre Igreja e Comunicação Social e o papel desempenhado pela UCBC e pela UCLAP[24].

Em 1985, realizamos uma sistematização do Projeto de Leitura Crítica da Comunicação (LCC)[25]. Ao tratar do processo de desenvolvimento desse projeto, levado a cabo pela UCBC, apresentamos uma síntese histórica da entidade, desde o seu surgimento até 1984.

Ismar de Oliveira Soares, em livro publicado em 1988[26], dedica duas páginas à UCBC, situando o momento de sua fundação e os posicionamentos assumidos por ocasião do Congresso do Rio de Janeiro, em 1970. Sublinha a importância que a entidade teve na estruturação da Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação Social da CNBB[27].

Para visualizar a contribuição da UCBC, em primeiro lugar deve-se considerar o momento em que a entidade foi criada. No caso, o momento sociopolítico, econômico, cultural e religioso de 1969. Vimos que, no momento da criação da UCBC o Brasil vivia uma fase de recrudescimento do regime militar, implantada no país em 1964. Portanto, era um período de extrema repressão, de cerceamento das liberdades individuais. No campo cultural, imperavam a censura à liberdade de imprensa, as proibições de filmes e obras teatrais. Ao mesmo tempo, o país apreciava um extremo desenvolvimento nas técnicas de comunicação. No campo econômico, vivia-se, ainda, a fase do "milagre brasileiro". No âmbito religioso, a Igreja Católica havia saído de uma Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em Medellín, Colômbia, que tivera enormes repercussões nas comunidades eclesiais. Ao mesmo tempo, iniciavam-se as Comunidades Eclesiais de Base, efetivando uma real organização nas bases da Igreja. Concomitante a isso, a hierarquia

23. QUEIROZ E SILVA, Roberto (org.). **Temas Básicos em Comunicação.** São Paulo: Paulinas, 1983, 254 p.
24. SOARES, Ismar de Oliveira. Comunicação Social in, op. cit. p. 16-20.
25. GOMES, Pedro Gilberto. **LCC. A História de um Processo.** São Paulo: UCBC, 1985 (mimeo).
26. SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício à Libertação.** O Discurso (e a Prática) do Vaticano e da Igreja católico no Brasil sobre Comunicação Social. São Paulo: Paulinas, 1988, 404 p.
27. Cf. Idem, p. 274-276.

Católica começava a perceber os desmandos do regime militar e lhe retirava o respaldo dado na primeira hora. Tudo isso fervilhava em 1969, quando a UCBC foi criada.

O primeiro momento da criação da UCBC aconteceu no Congresso da União Católica Latino-Americana de Imprensa, realizado no campus da Pontifícia Universidade de São Paulo, em 1969. Houve um processo que se estende até a Assembléia de Constituição, acontecida no Rio de Janeiro, em setembro de 1970, durante o Congresso Brasileiro de Jornalistas Católicos, que oficializou a criação da UCBC. Pensada, inicialmente, para ser uma entidade católica de jornalistas, o contexto eclesial e comunicacional, do momento, levou os fundadores a criar uma organização cristã (portanto, ecumênica) e de comunicação social.

No período que nos interessa, a vida da UCBC pode ser dividida em três fases: de 1970 a 1976, de 1977 a 1979 e de 1980 a 1983.

Na primeira fase, a preocupação principal da UCBC foi a centralização da comunicação social, no Brasil, e suas implicações na descaracterização da cultura nacional. Como a entidade estava se estruturando, as atividades restringiram-se apenas aos congressos – no início bianual, depois anual – e a alguns cursos oferecidos às Igrejas, notadamente a Católica. A sociedade vivia num clima de repressão política, por parte do governo militar.

A segunda fase se desenvolve já com os albores da abertura política. Nela, a UCBC deu um passo adiante. Por isso, preocupou-se em estudar as relações entre comunicação e recepção crítica, iniciando os cursos de leitura crítica como um serviço aos educadores e aos agentes de pastoral. O tema foi desenvolvido, principalmente, nos congressos, que se constituem num momento forte de sistematização teórica sobre o assunto.

A terceira fase afigura-se como a mais rica em realizações. Nela, a discussão sobre o processo de comunicação tomou um perfil muito claro: a comunicação libertadora. Esse conceito foi tematizado praticamente em todos os congressos. Entretanto, onde mais se avançou teoricamente foi nos cursos de leitura crítica da comunicação e nos encontros de Comunicação e Teologia. Ao mesmo tempo, a UCBC ampliou seus contatos com a sociedade civil, engajando-se definitivamente, na luta pela democratização da sociedade. Estiveram, na

pauta de seus interesses: a educação popular, a participação da juventude, a luta pelos direitos humanos e a discussão da Lei de Segurança Nacional. Esse também foi um período, onde se agudizaram as tensões no interior da UCBC. Algumas delas já haviam sido detectadas na fase anterior. Porém, foi nela que a entidade marcou sua presença definitiva junto aos movimentos populares e consolidou suas opções políticas e teológicas.

Ao realizar essa referência, não pretendemos colocar a UCBC como a única entidade a lutar pela democratização da comunicação no país. Ao mesmo tempo, não pretendemos afirmar que ela foi (ou é) a única organização comunicacional no âmbito das Igrejas Cristãs. Entretanto, cumpre reconhecer o seu protagonismo e a sua persistência. No que diz respeito à Igreja Católica, ela foi precedida por outras organizações[28]. Entretanto, de todas as tentativas surgidas, no interior da Igreja Católica, é a mais prenhe de realizações e a que conseguiu subsistir e atuar até hoje. Foi, inclusive, a co-responsável pela re-fundação da "OCIC Brasil", na década de 80. Com relação à Unda-Brasil, a UCBC é mais antiga, possuindo várias emissoras católicas entre seus associados. No âmbito latino-americano, em 1982, os associados da UCBC assumiram a liderança na reorganização da União Católica Latino-Americana de Imprensa. Seus associados participam do Conselho da União Católica Internacional de Imprensa, atuam na Associação Católica de Professores e Pesquisadores da Comunicação (ACIESTI).

Com a redemocratização do país e as mudanças ocorridas na postura das Igrejas, a UCBC redirecionou a sua ação. Na sua relação com a mídia, o modo de ação das Igrejas, principalmente da Igreja Católica, sofreu uma transformação importante. Vejamos o que nos proporciona essa confissão cristã.

Mídia: O Novo Mercado Persa Religioso

Neste ano de 2007, a União Católica Internacional de Imprensa realizou, no Canadá, o Congresso Mundial de Jornalistas Católicos.

28. Liga da Boa Imprensa, do início do século, Associação de Jornalistas Católicos, na década de 40 e União Nacional Católica de Imprensa (UNCI), na década de 60.

O tema versava sobre o encontro da mídia com a religião no mundo contemporâneo. Um dos painéis programados colocava a questão para ser respondida por representantes dos cinco continentes:

O encontro entre meios e religião é, de fato e concretamente, uma oportunidade no mundo de hoje?[29]

Responder a essa pergunta, além de não ser uma tarefa fácil, coloca-nos no âmago da questão da identidade cultural e democracia. As pessoas articulam o sentido de suas vidas a partir de referenciais importantes, advindos de fontes originárias da família, da sociedade, dos grupos de pertença. Um desses grupos, talvez o mais fundante, é constituído pela religião assumida e vivida. Pertencer a uma religião faz parte da identidade mais profunda de uma pessoa, grupo ou comunidade. Nessa perspectiva, o modo como a religião é organizada e vivida vai determinar a estruturação da identidade do grupo. Ora, a conjunção de meios de comunicação e religião entranha relações que, ao mesmo tempo em que vão determinar a organização da religião vivida, fornecem elementos e pontos de referências para que as pessoas possam se localizar, no mundo, e exercer a sua cidadania. Afirmar uma religião e poder apropriar-se da manipulação dos meios de comunicação condiciona a autoconsciência pessoal e a identidade social.

Desse modo, a pergunta colocada pelos jornalistas católicos, no Canadá, é muito mais complexa e menos ingênua do que parece. O problema, contudo, é que as Igrejas, quando se debruçam sobre o tema, não se dão conta dessa complexidade, mas apenas se preocupam com a transmissão pura e simples de sua mensagem. Isto é, as Igrejas situam-se num ambiente que considera os meios de comunicação tão somente como dispositivos tecnológicos. Nesse sentido, a grande maioria vai dizer que o encontro entre meios e religião é uma oportunidade. Dentro de uma perspectiva de anúncio da Palavra do Evangelho, os meios podem ajudar as Igrejas a levar a cabo a sua missão. Eles são extensões da voz e da imagem da comunidade

29. Esta apresentação está baseada no artigo: **¡Descíframe, o...!**Campo religioso versus espacios mediáticos, escrito juntamente com o Prof. Dr. Antônio Fausto Neto, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, de São Leopoldo, Rio Grande do Sul.

eclesial. Dispositivos tecnológicos são instrumentos mecânicos que amplificam a atuação dos agentes de pastoral.

Mesmo aqueles que consideram um risco para a comunidade eclesial, o encontro dos meios com a religião, o fazem da mesma perspectiva, sem dar-se conta da complexidade das relações aí envolvidas. Sua atenção está voltada para o conteúdo transmitido e com a relação desses meios com a chamada indústria cultural. É um grupo mais receoso, cauteloso, cuja análise esta fundamentada nos pressupostos da Escola Crítica alemã. Segundo esse grupo, os meios manipulam as pessoas e se identificam com os interesses do mundo capitalista. Por isso, as Igrejas devem abster-se deles.

Dentro do tema que nos interessa, não importa a direção que se toma na resposta. O que interessa é o ambiente em que nos situa para contemplar a complexidade da relação entre meios e religião na perspectiva de identidade, diversidade cultural e participação democrática. Para dimensionar corretamente a questão, as Igrejas devem dar um salto qualitativo e compreender a importância e a mudança que estamos vivendo nesse começo de terceiro milênio.

Como a Igreja Católica é aquela que mais escreveu sobre o assunto e possui uma tradição mais rica nesse eampo, vamos nos deter na análise da posição desta instituição eclesial para refletir sobre o problema que nos afeta.

Desde o desenvolvimento da mídia eletrônica, a fins do século XIX e inícios do século XX, as Igrejas preocuparam-se com o seu proveito para a atividade pastoral. A tradição da Igreja Católica com relação ao uso dos meios de comunicação é muito grande, remontando-se à imprensa escrita. Entretanto, desde a aparição da rádio na década dos anos de 1920, ela vem lutando para dimensionar corretamente sua relação com a mídia eletrônica. Se, de uma maneira geral, a técnica da mídia impressa foi dominada pela Igreja, o mesmo não se pode dizer no que se refere à eletrônica, especialmente rádio e televisão. Por isso, hoje, dando os primeiros passos no terceiro milênio, a Igreja Católica ainda se debate numa relação de amor e ódio com os meios de comunicação eletrônicos.

Como a realidade é complexa, nada seria mais justo que aceitar tal complexidade na relação da Igreja com os meios de comunicação. Diversos segmentos eclesiais, de acordo com a sua realidade, pers-

pectiva e situação, explicitariam sua visão sobre a comunicação social e a conseqüente relação com a evangelização. Isso seria razoável pois, independente do lado e de cor, todos estariam comprometidos e preocupados com a missão evangelizadora, mandato de Jesus.

Com tudo, parece que a resolução do problema não é tão simples. Adverte-se, no momento, um duplo movimento. De um lado, existem ações que demonstram um deslocamento que privilegia o SABER. Enfatiza-se, em diversos setores pastorais, um juízo moralista da televisão[30]. Nesse sentido, ganham força, nos projetos comuns nos anos 1980, de leitura crítica da comunicação e de formação da consciência crítica. De outro lado, grupos de Igreja enfatizam o FAZER. Volta-se, dessa forma, ao deslumbramento frente às potencialidades dos meios para a difusão do Evangelho e para a transmissão dos atos litúrgicos[31]. Esses projetos midiáticos, não obstante obtenham o apoio de membros da hierarquia católica, foram gerados no interior de movimentos leigos, na sua maioria, vinculados à Renovação Carismática Católica.

Campo Religioso Versus Espaços Midiáticos

Se uma sociedade estrutura seus discursos e suas crenças em torno da conversação que nela se mantém, significa dizer também que a produção e o funcionamento discursivo emanam diretamente do que alguns chamariam sentido comum, ou seja, aquilo que resulta de experiências compartilhadas. É nessas condições que o trabalho enunciativo midiático sobre a religião não é um fato isolado, porque as mídias hoje reúnem singulares competências discursivas que são convertidas em novos dispositivos da mediação da experiência.

30. Por exemplo, campanhas que advogam o ato de apagar a televisão como forma de protesto contra os desmandos realizados pelos meios de comunicação. Ou, então, movimentos contra a pornografia e a baixa qualidade dos programas de auditório e telenovelas, reivindicando uma atuação mais decisiva do Congresso e do Governo em termos de uma lei para a televisão.

31. Aqui, merecem destaque três experiências, todas vinculadas a movimentos leigos: *Rede Vida* de Televisão, *Rede Canção Nova* de Televisão e a Televisão Século XXI.

Esse fenômeno da apropriação de campos midiáticos pelo espaço religioso, mais além da experiência tradicional das Igrejas, sugere uma análise e um comentário de cunho interpretativo. Ou seja, quando o campo religioso utiliza os espaços midiáticos como instância de realização e atualização da questão da fé, que conseqüências podem ter para a compreensão e a vivência da religião?

A conseqüência mais imediata é o deslocamento do espaço tradicional, retraído e restrito dos templos, para um campo aberto e multidimensional. Mais ainda, a lógica do templo, direta e dialogal, é substituída pela lógica da mídia moderna, com um público anônimo, heterogêneo e disperso. Desse modo, as táticas dos pregadores, sua oratória e desempenho se deixam impregnar pelas leis da comunicação de massa, principalmente o rádio e a televisão.

As mudanças operadas são de duas ordens: do ministro do culto e seus acólitos, de um lado, e dos fiéis, de outro. No primeiro caso, o conteúdo da mensagem cede lugar à postura corporal, aos gestos, ao canto e à dança. A mensagem religiosa é adaptada às exigências midiáticas para que tenha eficácia e para que alcance às pessoas diretamente em seus sentimentos. Portanto, a emoção toma o lugar da razão.

No segundo caso, os fiéis deixam de ser os atores do evento religioso para se tornarem assistentes. Para utilizar um conceito de Maria Cristina Matta[32], passa-se do palco para a platéia. A comunidade de fé sai de cena, dando lugar ao conjunto de telespectadores. A construção de comunidades de fé é substituída pela criação de grupos de assistentes. Da comunidade, passa-se ao indivíduo; da experiência comunitária, vai-se ao consumo individual de bens religiosos.

O deslocamento identificado para ter uma explicação no desencanto moderno com as formas tradicionais das Igrejas Históricas. Os cultos e as ações das Igrejas, cada vez mais, perdem espaço no coração do homem contemporâneo. Desse modo, criam-se novas formas para chegar até esse homem. Se as pessoas não vêm ao templo, o templo vai até elas. Entretanto, esse deslocar-se do centro para as margens, através de processos midiáticos, exige que se façam conces-

32. Tema desenvolvido por Maria Cristina Mata, em seu trabalho: *Entre la plaza y la platea,* no Curso de Educación para la Comunicación, Buenos Aires, La Crujía, em 1993.

sões aos padrões de comportamento ditados pela mídia: tanto no que diz respeito à lógica de produção de mensagens como no que se referem ao consumo dos bens culturais, neste caso, culturais religiosos.

A segunda explicação está na tentativa de superar a dicotomia entre massas e minorias, também aplicada às Igrejas. Uma compreensão mais politizada da fé, admitia que a vivência religiosa somente seria autêntica em pequenos grupos, num encontro pessoal com Deus, compartilhado com a comunidade. Com a crise de paradigmas, diversas Igrejas (inicialmente, as pentecostais, depois as históricas) se voltaram para um público de massa. Necessitava-se mobilizar multidões, transformar o mundo, no final do milênio, num grande palco para Jesus Cristo pudesse reinar *"urbe et orbe"*. Nesse caso, muito mais importante que a adesão do coração é a participação pela emoção.

Sem duvidar das intenções que alimentam os projetos midiáticos das instituições religiosas, deve-se recordar que nenhuma Igreja está efetivamente interessada em produzir um reconhecimento daqueles que com ela interagem, no âmbito dos programas, levando com consideração suas singularidades. Em vez disso, o que se produz como reconhecimento é, justamente, o tipo de pertinência que tem o caso daquele que ascende à emissão para os fins estratégicos, de mercado, etc.., do programa. Sendo assim, o acesso se dá sob certas condições. É verdade que, no campo das novas modalidades de interação televisiva, os programas religiosos constituem-se também num espaço de escuta, de acolhida e de atenção para com aqueles que formam esta demanda. Entretanto, essas possibilidades de falar somente se concebem na medida em que as possibilidades de sentido, em vez de estruturar as palavras a dizer, são estruturadas numa lógica de *palavras prontas*.

Ou seja, a oferta da escuta faz-se a partir das individualidades, isto é, de certas singularidades, mas estas são singularidades que trazem características emblemáticas, nos termos segundo o qual a história da demanda de quem possui algo a dizer é apenas um pretexto para as razões instrumentais e de mercado em que se funda a emissão televisiva.

Entretanto, como o consumo é individual e solitário, a pessoa deve dar mostras de que está ligada, comprometida. A expressão

do compromisso se dá através da compra dos livros e objetos anunciados; participa-se através das esmolas para que o programa possa manter-se no ar.

Uma nova Igreja é criada, universal e virtual. Os templos são os próprios lares; os púlpitos são os aparelhos de televisão; a pertença ao grupo se expressa no consumo. Somente é fiel dessa Igreja aquele que possui capacidade de consumir alguns dos produtos que são vendidos por ela. Repete-se, no campo religioso, o que Canclini[33] assinala para o campo social e político: consumidores e cidadãos. Aqui, consumidores e fiéis.

Em tudo isso, o mais importante é o espetáculo. O culto perde o mistério do sagrado para revestir-se de transparência da mídia, em que a imagem é tudo. Repete-se, nas Igrejas, a lógica da sociedade do espetáculo. A participação ocorre no nível da imagem. Isto é, assiste-se a um espetáculo, com suas lógicas, abdicando-se da participação ativa na comunidade[34].

Não existem maiores exigências, a não ser a participação pelo consumo dos bens oferecidos. Os bens religiosos são oferecidos em casa, *a la carte*, de acordo com a necessidade do cliente[35].

A utilização indiscriminada dos meios tem o seu preço. Estes possuem linguagens, leis e processos que devem ser observados para que os objetivos sejam alcançados. O desafio que se coloca para todos aqueles que utilizam maciçamente a mídia em seu trabalho pastoral é discernir se existem diferenças significativas entre as duas linguagens e os dois processos. Ainda mais, devem identificar a linguagem e o processo dominante. Caso contrário, ainda que pense que esteja utilizando os meios de comunicação para um trabalho sério de evangelização, o agente de pastoral será dominado pelas leis da mídia e seu objetivo não será alcançado.

33. CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.
34. Este é o fenômeno dos *Shoppings Centers*, onde as pessoas vão mais para olhar do que para comprar. Participa-se pela assistência.
35. Ver o trabalho desenvolvido por HOOVER, Stewart. **Religion, Media and the Cultural Center of Gravity**. Center for Mass Media Research. University of Colorado, 1998. Nele, o autor fala que a mídia, hoje, constitui um verdadeiro mercado persa de bens religiosos.

Suspeitamos que a mídia seja semelhante ao *Primeiro Anel*, de Tolkien[36]. Isto é, não se deixa dominar, mas domina aquele que o usa, principalmente quando se pretende tirar algum proveito próprio[37]. Desse modo, seu uso indiscriminado, principalmente para a celebração, pode trazer, como conseqüência, uma superficialidade do mistério e uma banalização do que se celebra. Vale recordar que essa foi uma preocupação sempre presente nos debates entre comunicadores e liturgistas sobre liturgia de rádio e televisão[38].

Os Desafios

A presença das Igrejas históricas, na mídia, utilizando critérios, formas e procedimentos similares às Igrejas Neopentecostais, traz consigo desafios que devem ser enfrentados pelos agentes de pastoral. Não se pode esquecer que a dimensão televisiva, por exemplo, exige que se vá mais além de uma consideração sobre o conteúdo dos programas. Já na década de 1960, Marshall McLuhan advertia que a influência da televisão na vida das pessoas era exercida pelo simples fato de assisti-la. O *meio é a mensagem*, assinalava o pensador canadense[39].

Portanto, o "tele-evangelista" é chamado a levar em conta outras variáveis na sua relação com a mídia, superando as visões tradicionais com que as Igrejas interpretavam o fenômeno: o conteúdo, a utilização e a reflexão sobre o processo. Hoje, ao utilizar qualquer veículo para a evangelização, uma outra dimensão se apresenta como desafiadora: o processo de enquadramento praticado pela televisão[40].

36. J.R.R.TOLKIEN. **O Senhor dos Anéis**. São Paulo: Martins Fuentes, 2001.
37. No livro, o personagem Frodo, mesmo estando com o anel sem nenhum interesse de poder, levando-o para ser destruído, no final da trama, estava totalmente possuído por ele, sem condições objetivas de cumprir com a missão.
38. Vejam-se os estudos: CNBB. Liturgia de rádio e televisão. Col. Estudos da CNBB, n. 33. São Paulo: Paulinas, 1982; CNBB. Missa de televisão. Col. Estudos da CNBB, n. 70. São Paulo: Paulus, 1994.
39. Cf. M. MCLUHAN. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
40. Conforme reflexão desenvolvida por Suzana Kilpp, na tese de doutorado realizada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Utiversidade do Vale do Rio dos Sinos: **Ethicidades televisivas**. *São Leopoldo*: Unisinos, 2002.

O projeto da televisão deve ser buscado no modo como ela realiza a grade de sua programação, desde a abertura até ao encerramento. Desse modo, quando um programa passa a fazer parte da grade de programação de um veículo, independentemente de seu conteúdo, estará contribuindo para a construção de sentidos éticos buscados e projetados pelo mesmo veículo. Conseqüentemente, o veículo deixa de ser neutro, como canal, dando ao programa um sentido e uma direção que pode ser o posto do desejado pelo apresentador ou realizador. Nessa perspectiva, apesar do que se possa dizer, quando da participação em determinado programa, por exemplo, a presença de um agente de pastoral no veículo de comunicação adquire um sentido ético que ultrapassa sua vontade ou desejo. Isso significa dizer que a participação em tais programas possui um significado ético e uma semântica que vão mais além dos limites que entrevistado e entrevistador possam dizer e fazer. O mesmo se deve inferir da celebração litúrgica católica, por exemplo, inserida na grade de programação de uma emissora de televisão.

Ainda que se possa dizer que o importante é aproveitar as brechas aberta pelo sistema para passar a mensagem evangélica, o que prevalece no imaginário das pessoas é o projeto ético da emissora que veicula o programa. Tal projeto é maior e possui mais força que a proposta do agente de pastoral. Mesmo quando se pensa que se está utilizando o canal como um meio para fazer chegar a mensagem do Evangelho a todas as pessoas, o efeito é o contrário. Não se utiliza o canal, é-se utilizado por ele.

O enigma que desafia a pessoa que deseja aventurar-se no campo da mídia para promover a evangelização é a correta dimensão de sua inserção no meio. É imperioso encontrar os limites dos dois processos – da mídia e da evangelização – para identifica os passos que se pode e se devem dar. A tarefa é substantiva, pois dela dependem os destinos dos inúmeros tele-evangelistas cristãos, desde as *estrelas* até os menos cotados.

Deduz-se que existam diferenças substanciais entre uma assembléia litúrgica (ou orante) presencial e as relações que se estabelecem através dos meios de comunicação social. Se, por um lado, toda interação entre pessoas se inscreve no âmbito da comunicação (nesse caso, tudo é comunicação), por outro, os meios de comunieação são

artífices de um modo muito particular de interação. Para que realmente sejam propulsores interativos, devem subordinar-se a processos e leis que os distingam substantivamente das demais formas de interação. Quando mais não seja, em virtude de sua subordinação a ordens políticas e econômicas dominantes. São, antes de qualquer coisa, empresas comerciais, cujo motor é o lucro[41].

Este é o momento em que se deve voltar à observação realizada no início deste texto, quando abordamos a evangelização dos meios, com os meios e através dos meios. No primeiro caso, inclui-se aquela atuação eclesial que procura trabalhar com os profissionais dos meios de comunicação, com os profissionais da mídia. Como são pessoas que interatuam diretamente com a opinião pública, possuem uma ampla exposição pública e sua palavra é formadora de opinião, necessitam de uma formação humana, ética e religiosa de qualidade. A solicitude pastoral deve olhar com atenção para esses profissionais. Isso envolve trabalhar, desde os tempos de sua formação universitária básica, buscando que se desenvolvam integralmente como pessoas.

No segundo caso, está o aproveitamento dos produtos culturais para, a partir deles, levar a cabo a ação evangelizadora. Aqui se exige uma formação mais acentuada do agente de pastoral, pois supõe conhecimento da lógica do produto e sua possível utilização como momento desencadeador da discussão crítica[42]. Nesse caso, valorizam-se os produtos culturais da mídia para desenvolver uma ação pastoral.

Os dois primeiros casos, não obstante exigirem uma formação sólida para aqueles que a eles se dedicam, não oferecem maiores problemas. Estes surgem, no terceiro caso, quando se pretende utilizar os veículos da mídia como meios para aumentar o alcance da voz, da imagem, da mensagem evangélica. A formação exigida, nesse caso, supera em muito àquela que a maioria dos agentes de pastoral que atua na mídia possui. Ele envolve a conjugação da formação técnica e profissional de alto nível, formação teológica e humana acima da média. Não basta ter uma boa aparência, boa voz e saber cantar ou

41. Cf. idem, p. 11.

42. Por exemplo, quando o agente de pastoral se utiliza de programas de televisão conhecidos, de filmes que tocam profundamente em temas existenciais, etc para, a partir deles, discutir os assuntos essenciais da fé e da existência humana. Nesse particular, estão as obras: Minority Report, Cidade de Deus, Inteligência Artificial, entre outros.

dançar. É necessário, conhecer profundamente, os processos midiáticos. Ao mesmo tempo, o que se diz deve resistir aos questionamentos do tempo e estar em consonância com as grandes perguntas que os homens e as mulheres contemporâneos se fazem constantemente. O jornal, o microfone, a câmera não são meros instrumentos de potencialização do antigo púlpito. Um programa religioso, colocado numa grade de programação que careça de uma maior preocupação com a formação integral da pessoa, está justificando essa mesma grade. Assim, não basta o conteúdo do programa para justificar sua transmissão e difusão. É necessário contemplar o canal que o transmite e a sociedade que o assume ao ser produzido e apresentado. A exigência se torna mais imperiosa quando o programa produzido e veiculado é a celebração litúrgica. Não se pode ignorar a companhia que se tem durante o resto da programação da emissora, que deve ser examinada na sua totalidade. Neste particular, ganha sentido o ditado popular: *diga-me com quem andas e dir-te-ei que és*. É a totalidade que dá sentido ético para a parte. No caso, o programa religioso estará cumprindo com uma função adrede designada, ultrapassando as intenções de seu autor ou apresentador. No início das atividades, abençoa o que vem depois; no encerramento das transmissões, justifica tudo o que foi feito. O sentido da parte é dado pelo projeto da totalidade.

O que vale para as emissoras comerciais vale igualmente para as redes religiosas, seja de rádio seja de televisão. O sentido ético de sua existência não é construído a partir de um único programa, mas pelo conjunto de sua grade e a totalidade de suas opções[43].

Isso sem contar com a já mencionada necessidade de fazer concessões à linguagem da mídia específica, nem sempre compatível com a linguagem e processos religiosos. A dinâmica da mídia eletrônica se apropria da figura do comunicador cristão e o devora com suas exigências. Dentro do mundo dos *olimpianos*[44], as mesmas leis que regem as estrelas da mídia se aplicam à figura do sacerdote ou pastor que nela se aventura. Ele é explorado como um astro, é

43. Isso significa dizer que, ao participar da programação de uma emissora identificada com um movimento, o agente de pastoral, agente de comunicação, estará assumindo as posições e visões de mundo e teológicas daqueles que dirigem essa mesma emissora.

44. Conforme expressão de MORIN, E. **Cultura de Massas no Século XX**. O Espírito do Tempo. Rio de Janciro: Forense, 1970. Existem edições mais recentes dessa obra.

promovido, admirado sempre e quando possua audiência e venda produtos. Quando deixa de ser novidade, sai de moda e é esquecido pela mídia. Esta é a lógica do capital e da indústria cultural. Muitas vezes, visando à preservação de sua imagem, determinado astro ou estrela da televisão sai de cena. Outras vezes, sua figura é tão forte que eclipsa todos os demais que com ele aparecem[45].

Por outro lado, o trabalho com a massa, com multidões de torcidas que aplaudem e desmaiam, corre o risco de mover apenas através da emoção, sem uma maior consistência na opção religiosa. Sem negar a importância da emoção e do imaginário, é imperioso recordar que a comunidade de fé necessita de pessoas comprometidas com a prática da solidariedade e da justiça, segundo o projeto de Jesus Cristo. Portanto, é necessário que ocorra uma verdadeira conversão do coração e da mente, que se dá com o encontro pessoal com Ele.

O comunicador cristão que não esteja consciente de todos esses riscos, poderá confundir o elogio fácil com a aceitação da mensagem evangélica, motivo e final de todo o trabalho religioso. As massas são volúveis e o compromisso deles dura enquanto dure seu encantamento pelo ídolo. Quem deve brilhar no coração das pessoas é Jesus Cristo e não o seu ministro. No trabalho, é importante que o ministro diminua para que o Cristo possa crescer. Decididamente, essa não é a lógica da indústria cultural nem a proposta de seus agentes.

Esse é o enigma que está posto para todos os que trabalham com evangelização na mídia. Caso não seja adequadamente decifrado, devorará quem se atrever a desafiá-lo, submergindo-o no torvelinho triturador de tantos outros ídolos e estrelas do passado. Mais, ainda, esse enigma, não decifrado, faz-nos dizer que o encontro entre os meios e a religião traz problemas para as Igrejas. Portanto, responder a pergunta, nos posicionamentos de maneira muito crítica frente à atuação das Igrejas com os meios de comunicação. Elas não estão despertas nem conscientes do que significa entrar no mundo da mídia.

Talvez essa seja a função de uma entidade de comunicação ligada às confissões religiosas: fazer com que as Igrejas procurem de-

45. Este é o caso do Pe. Marcelo Rossi. Quando ele está presente numa celebração transmitida pela televisão, todos os demais se tornam acólitos e assumem um papel secundário. Constantemente é o que ocorre com seu bispo diocesano.

cifrar tal enigma. A UCBC, nesse momento, é desafiada a ajudar a construir uma gramática adequada para interpretar o momento presente em termos de comunicação democrática. Resta saber se os seus associados e dirigentes estão conscientes disso e dispostos a assumir tal missão. Os resultados de sua última assembléia deixam dúvidas quanto a isso. Elas profética na sua criação e durante os anos mais duros da ditadura. Saberá sê-lo agora, nessa nova ambiência? O tempo dirá.

Parte III

O Combate pela Democracia na Sociedade Digital

O combate pela democracia midiática na sociedade digital. Construindo uma sociedade do conhecimento neste início do século XXI. A experiência do Rio Grande do Sul[46]

ANTONIO HOHLFELDT[47]

O artigo apresenta a experiência vivida pelo autor, enquanto vice-governador do Estado do Rio Grande do Sul, de utilização da rede midiática para a democratização da administração pública. Retoma-se a experiência de participação popular do Estado, desde anos anteriores à Constituição Cidadã, de 1988, e descreve-se o processo de Consulta Popular desenvolvido pela administração estadual, entre 2003 e 2006.

Vou me ater menos a questões teóricas e apresentar uma espécie de depoimento a respeito do tema proposto, já que tive a oportunidade de uma experiência específica: um intelectual que chega à prática político-administrativa, por meio do voto popular. Refiro-me

46. Comunicação apresentada no âmbito do SINACOM 2007 – VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Cátedra UNESCO/Universidade Metodista de São Paulo e Faculdade Cásper Líbero, entre 11 e 12 de dezembro de 2007.

47. Doutor em Literatura, pela PUCRS, Prêmio Luís Beltrão – Maturidade Acadêmica de 2007, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Ganhador do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação – Categoria: Maturidade Acadêmica, no ano de 2007.

à condição de Vice-Governador do Estado do Rio Grande do Sul, a que me vi levado, ao final de 2002, e que exerci, entre 2003 e 2006, ao lado do Governador eleito, Germano Rigotto.

O Rio Grande do Sul possui uma certa tradição de democracia participativa, ainda antes da chamada Constituição Cidadã de 1988, e que consagrou formalmente tal princípio. Algumas administrações municipais, sobretudo em Pelotas, ao sul do Estado, através do PMDB, entre 1983 e 1987; e, mais tarde, a partir de 1989, com o PT, em Porto Alegre, desenvolveram experiências variadas. Repartir o poder é sempre uma prática difícil para quem o disputa: e os partidos políticos, em última análise, existem justamente para a disputa pelo poder.

A experiência de Porto Alegre, do chamado "Orçamento Participativo", devidamente legitimada por ensaios e debates, inclusive internacionais, graças a um bem cuidado projeto de validação intelectual que o PT e suas administrações desenvolveu, terminou sendo implantado, com resultados muito negativos, na administração estadual, através do mesmo partido, entre 1998 e 2002. A partir de 2003, com a nova administração, a cargo do PMDB, enfrentava-se o dilema de continuar ou não essa experiência.

Na verdade, o Estado já vinha experimentando alternativas variadas, desde 1988, por iniciativa da própria comunidade organizada, quando professores de algumas universidades comunitárias constituíram os chamados Conselhos Regionais de Desenvolvimento, a que o governador Alceu Collares (PDT) daria "status" institucional. Os COREDES, como ficaram conhecidos, integrados por todas as chamadas forças vivas de cada região, não apenas discutiam planejamento e desenvolvimento, enviando sugestões ao Governo do Estado, quanto chegaram a ter algum poder de decisão – ao menos, de veto.

Na administração seguinte, do peemedebista Antonio Britto, o processo foi aperfeiçoado e aprofundado, mas apenas no último ano de sua gestão e, certamente, ao menos da parte do governador, com certo interesse eleitoral. Em 1998, desenvolveu-se, às pressas, a primeira Consulta Popular, processo coordenado pela secretaria do Planejamento do Estado, a cargo do prof. João Carlos Brum Torres, que mobilizou boa parte da opinião pública de então. Institucionalizada por lei aprovada pela Assembléia Legislativa, a Consulta foi deixada

de lado pela administração petista que se seguiu, que implantou seu "Orçamento Participativo", que não tinha qualquer base legal, ainda que fosse certamente legítimo do ponto de vista da legitimidade de ações de um governo eleito democraticamente.

Quando Germano Rigotto ganhou as eleições de 2002 tinha, como grande bandeira, o desenvolvimento do Estado. E não titubeou em buscar o apoio dos COREDES (a essas alturas) e, apesar da marginalização a que haviam sido votados, na gestão petista, organizados inclusive num fórum estadual.

Assim, coube a mim, como Vice-Governador, estudar a legislação e a história pretérita dos COREDES e retomar a experiência, em especial aquela da Consulta Popular, de 1998. Partia-se de uma premissa: havia diferentes ritmos de desenvolvimento no Estado. Na região norte, alegadamente industrializada, remanesciam bolsões de pobreza e até de miséria. Na região sul, pretensamente deficiente em desenvolvimento, surgiam pequenos focos de desenvolvimento. O problema era como equilibrar isso.

O Estado possuía, naquele momento, 20 regiões, constituindo, portanto, vinte Conselhos Regionais de Desenvolvimento. Relemos a legislação, reunimo-nos com os seus representantes, e a primeira conseqüência foi a ampliação para 22 os Conselhos, buscando dirimir alguns problemas de identidade regional. Atualizamos a legislação mas, principalmente, buscamos ter regras que fossem amplamente negociadas, de maneira paritária, entre o governo e os Conselhos, distanciando-se do oportunismo, do partidarismo – que havia marcado a administração anterior – e da manipulação.

O grande desafio era dar absoluta transparência a todo o processo. E, para isso, as novas tecnologias de informação foram fundamentais.

O processo, simploriamente descrito, organiza-se a partir da definição, por parte do governo, de um percentual orçamentário de investimentos de parte do orçamento anual, a ser discutido e hierarquizado pela população. Na implementação do processo que fizemos, buscamos manter as práticas anteriores que haviam alcançado bons resultados e acrescentamos novos procedimentos, como a utilização da rede de computadores no processo. Para isso, depois de definidos os valores pelo Governo do Estado, através das Secretarias

e do Planejamento, discutimos e estabelecemos critérios de divisão desses investimentos, não apenas por uma média aritmética, em relação ao número de regiões e Conselhos existentes, quanto ao segundo critério de desenvolvimento, utilizamos o indicador do IDH da ONU, mas ampliando-o, através da FEE – Fundação de Economia e Estatística, através do IDESE – Índice de Desenvolvimento Social e Econômico, com pesos diferenciados, de modo a se criarem pesos e contrapesos: as regiões e municípios com menor desenvolvimento receberiam percentuais superiores àqueles com maiores níveis de desenvolvimento. Os valores eram proporcionalmente divididos pelas diferentes Secretarias de Estado e as ações por elas patrocinadas. O processo de debate se iniciava com visitas realizadas a cada uma das 22 regiões, no início do processo[48], em que se apresentava a previsão orçamentária do ano vindouro; fazia-se um relato das ações de governo, anteriormente, realizadas; discutiam-se os critérios a serem aplicados na distribuição dos valores para o próximo período e organizava-se todo o processo.

A partir de então, os próprios Conselhos promoviam assembléias locais e regionais, constituindo longas listas de reivindicações que iam se afunilando gradativamente, à medida que os debates avançavam, chegando-se a prioridades que deveriam se apresentar sempre em quantidade três vezes superiores ao valor a ser votado, de maneira a evitar um simples plebiscito. O governo participava apenas na infra-estrutura que proporcionasse e possibilitasse os debates, informando, quando necessário, mas jamais interferindo sobre as decisões. As listas, enfim, concretizadas por região, eram votadas universalmente, durante um único dia da semana, das 9 às 21 horas. Os cidadãos podiam comparecer pessoalmente ou votar através da Internet.

O documento de validade da votação era o título eleitoral, pelo qual restringia-se o voto do cidadão apenas a sua região de residência, evitando-se que ele interviesse sobre outras regiões. Todo o processo era desenvolvido e controlado através da internet, na medida

48. Ao final do governo, segundo a legislação vigente, havia 26 regiões, constituídas por iniciativa dos próprios Conselhos, que podiam se desmembrar ou remembrar, dentro de determinados critérios anteriormente fixados, de modo a evitar decisões puramente conjunturais.

em que o governo estadual desenvolveu um portal, ao qual qualquer cidadão tinha acesso, através dos endereços www.ppp.gov.rs.br ou www.consultapopular.gov.rs.br, ainda hoje disponíveis. Nesses endereços, podia-se fazer a consulta a respeito do desenvolvimento das obras, a partir de quatro entradas: por município, por região dos Conselhos, por Secretaria de Estado ou pelo código orçamentário ou rubrica. Esse *site* permanecia permanentemente acessível e era constantemente atualizado.

O que foi mais importante, nessa experiência que, por estar devidamente institucionalizada, através de legislação, teve continuada administração e o que se seguiu, é que o Governo, efetivamente, apresentava-se com absoluta transparência à cidadania e, ao mesmo tempo, não se imiscuía no debate propriamente dito. O Rio Grande do Sul tem uma população aproximada de 9 milhões de habitantes, dos quais, cerca de 7 milhões são eleitores. No primeiro ano do processo, alcançamos mais de 400 mil eleitores; no último ano, chegamos a 800 mil eleitores, o que significou quase 12% dos eleitores do Estado, o que é um percentual extremamente elevado e que diz bem da confiança que o processo suscitou na cidadania.

Ao mesmo tempo, o Governo do Estado ampliou fortemente o espaço do *e-governo*: criaram-se inclusive as Casas de Governo, sedes regionais do governo, com amplos terminais eletrônicos que davam acesso a todos os tipos de serviços e informações devidas pela administração aos cidadãos e aos municípios, de modo a evitar a viagens, desde esses municípios a Porto Alegre, a Capital do Estado, às vezes, distante até 800 quilômetros, o que significa gastos desnecessários, cansaço e risco de acidentes de trânsito. Além do mais, o e-governo permitiu centralizar todos os serviços num único local, sem a necessidade de se visitar diferentes locais para se buscar informações ou se entregar documentos.

O que não se conseguiu fazer, ainda, inclusive por dificuldades orçamentárias, foi a simplificação dos processos burocráticos, a necessidade da repetição de documentos e os múltiplos processos para diferentes demandas. Não tenho dúvidas, contudo, de que esse será um próximo passo absolutamente necessário nos próximos anos. Também, não se pôde promover, ainda, avaliações a respeito do processo e de sua confiabilidade.

Porto Alegre tem uma tradição, desde a administração petista, de constituir centros de acessibilidade eletrônica populares. O Governo do Estado desenvolveu, e continua desenvolvendo, práticas de acessibilidade eletrônica para os jovens estudantes, através da instalação de redes de computadores, e conseqüentes acessos à internet, nas escolas estaduais. Neste sentido, o Banco do Estado do Rio Grande do Sul que, em 2006, reformulou toda a sua rede eletrônica, unificando-a e diminuindo custos, fez uma doação de milhares de computadores a essas escolas, além das aquisições que, permanentemente, têm sido feitas, inclusive através da Consulta Popular. Por certo, ainda não é a situação ideal. Mas, ainda, há poucos dias, visitando escolas estaduais, na periferia de Porto Alegre, verifiquei que todas elas possuíam laboratório de informática e, das quatro conhecidas, três já estavam, ligadas à internet.

Em resumo, é fundamental que o debate em torno da democratização midiática continue no país. Mas é, também, extremamente importante que aqueles que decidem políticas e administrativamente transformem essas idéias em práticas, que foi o que aqui tentei relembrar e descrever.

O combate pela democracia midiática na sociedade digital. O que fazer para eliminar a exclusão cultural, construindo uma sociedade do conhecimento, neste início do século XXI?[49]

JOSÉ BENEDITO PINHO[50]

Introdução

As sociedades do conhecimento apresentam, como principal característica da sua formação, o fato de terem o conhecimento como principal componente de qualquer atividade humana. Todas as atividades humanas – como as de natureza econômica, social e cultural – tornam-se dependentes de grande volume de conhecimento e de informação. Acima de tudo, a sociedade do conhecimento é aquela na qual o conhecimento se torna, também, sua principal força criativa.

Vale lembrar que as sociedades do conhecimento não são uma novidade em si. Ao longo dos tempos, por exemplo, pescadores têm

49. Exposição apresentada no VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação, realizado pela Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, nos dias 11 e 12 de dezembro de 2007, em São Paulo-SP.

50. Mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Lecionou na PUC de Campinas, na Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep), na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp – Campus de Bauru) e, desde 1996, atua, como professor Associado, no Departamento de Economia Rural (DER), área de Comunicação e Marketing Rural, do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Ganhador do "Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – Categoria: Liderança Emergente, no ano de 2002.

compartilhado com outros o conhecimento de predizer as condições do tempo, conhecimento que foi integrado no capital social da comunidade. Na verdade, o novo é dado pelos seguintes fatos:

a) Com o desenvolvimento das atuais tecnologias de informação e de comunicação, as sociedades do conhecimento não ficam mais circunscritas pela sua proximidade geográfica;

b) As TIC's oferecem, ainda, possibilidades muito maiores para dividir, guardar e recuperar o conhecimento, que se tornou o mais importante capital da atualidade;

c) Como o conhecimento tornou-se o mais importante capital dos tempos atuais, daqui por diante, o sucesso de qualquer sociedade vai depender desse conhecimento e de tê-lo como sua base e fundamento primordial.

O que fazer para eliminar a exclusão cultural, construindo uma sociedade do conhecimento neste início do século XXI? Em uma sociedade em desenvolvimento, como a brasileira, que se mostra excludente e desigual, quais as barreiras e dificuldades a serem enfrentadas e, ou, superadas, com vistas a contribuir para a inclusão cultural e social de todos os brasileiros na nova sociedade?

Atualmente, o predomínio da lógica do mercado impõe valores e condicionamentos sobre modos de produção e distribuição, os quais acarretam maiores conseqüências nos conteúdos e na natureza da informação. Os desafios tradicionais a serem enfrentados dizem respeito a questões como a concentração de meios de comunicação; a uniformização e a pobreza dos conteúdos; o desequilíbrio dos fluxos de informação e a falta de diversidade cultural; o papel regulador dos Estados nos planos nacionais e internacionais; e a necessária redefinição de serviço público, no que concerne à informação. Por estarem essas questões suficientemente debatidas (mas, reconhecemos, ainda não resolvidas), essa oportunidade será aproveitada para agregar outras questões que nos parecem fundamentais no rumo da construção da verdadeira sociedade do conhecimento.

Educação Básica para Todos

A primeira ação é óbvia – Educação. Não se trata apenas de alfabetizar tecnologicamente os indivíduos, as famílias e as comunidades, mas, acima de tudo, de propiciar previamente condições básicas para a universalização do ensino formal. O acesso à educação básica para todos (crianças, jovens e adultos) é um princípio constitucional que deve estar aliado a um ensino de qualidade para formação de cidadãos em qualquer sociedade e, sobremaneira, na sociedade do conhecimento.

> Todas as crianças têm escolas? Infelizmente o que sabemos é que muitas ficam fora da escola, porque não há vagas. E não há vagas, porque a repetência tem índices muito altos, alarmantes, vergonhosos. Se a repetência é elevada, é porque, sem dúvida, o ensino é ineficiente. Escola de qualidade não é escola que reprova, que retém o aluno, que expulsa o que não aprende, que discrimina os que têm dificuldade, que destrói a auto-estima do aluno. Assim, para que se criem novas vagas nas escolas é preciso melhorar o ensino, diminuir as taxas de reprovação (MANTOAN, 2007).

Ampliação do Acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação

Os resultados da 2ª Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação, no Brasil, – TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2006, são reveladores do baixo acesso da população às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). A Tabela 1 apresenta indicadores da presença desigual dos instrumentos das TICs, com projeção para o total de domicílios brasileiros.

Tabela 1 – Proporção de domicílios brasileiros que possuem equipamentos TIC – Percentual sobre o total de domicílios[1]

Equipamentos	Região					
	Sudeste (%)	Nordeste (%)	Sul (%)	Norte (%)	Centro-Oeste (%)	Total (%)
Televisão	97,80	95,89	96,86	95,70	96,71	97,03

Antena parabólica	13,36	18,29	16,53	18,84	20,46	15,93
TV a cabo	7,82	1,73	4,60	2,74	3,22	5,36
Rádio	92,66	85,63	94,73	75,66	83,80	89,61
Telefone fixo	58,59	31,21	53,91	34,62	51,76	49,69
Telefone celular móvel[2]	70,33	53,90	75,20	61,66	81,36	67,64
Telefone celular com acesso à internet (Base: possui aparelho celular)[3]	18,04	13,06	21,48	14,66	22,37	17,78
Console de jogo (videogame etc.)	22,56	4,93	17,90	8,31	14,14	16,30
Computador de mesa	23,83	8,38	24,24	9,97	18,35	19,30
Computador portátil (laptop etc.)	0,56	0,23	0,94	0,60	0,93	0,61
Computador de mão (palmtop etc.)	0,13	0,01	0,08	0,14	0,08	0,09

1 Base: 10.510 domicílios entrevistados. Respostas múltiplas. Projeção de domicílios: 53,1 milhões de domicílios, segundo estimativa realizada com base na PNAD 2005.
2 Considerando que ao menos um membro do domicílio possua telefone celular.
3 A base para cálculo, deste indicador, é a coluna "Telefone Celular", desta mesma tabela.
Fonte: NIC.br – jul./ago. 2006.

O estudo estimou uma população brasileira, projetada com base na PNAD 2005, de 153 milhões de pessoas, com 10 anos ou mais, e revelou que pouco mais da metade dos indivíduos nunca utilizou computador (54,35%), até o momento. A Tabela 2 evidencia a cobertura da Internet brasileira, presente em apenas 14,49% dos lares.

Tabela 2 – Proporção de domicílios brasileiros com acesso à Internet, por regiões do país – Percentual sobre o total de domicílios[1]

Acesso do domicílio à rede mundial	Regiões do país					Total (%)
	Sudeste (%)	Nordeste (%)	Sul (%)	Norte (%)	Centro-Oeste (%)	
Sim	18,74	5,54	16,90	6,15	13,05	14,49

Não	81,00	94,37	83,07	93,79	86,88	85,35
Não sabe/ Não respondeu	0,26	0,09	0,03	0,06	0,07	0,16

1 Base: 10.510 domicílios entrevistados. Projeção de domicílios: 53,1 milhões de domicílios, segundo estimativa realizada com base na PNAD 2005.
Fonte: Adaptado de NIC.br – jul./ago. 2006.

Com base nas classes de renda, a Tabela 3 revela o esperado: quanto maior a renda familiar declarada, maior a proporção de domicílios com acesso à Internet. Na faixa superior de renda familiar, 50,53% dos domicílios brasileiros têm acesso à rede mundial, contra 0,46% das famílias com rendimento até R$ 300,00.

Tabela 3 – Proporção de domicílios brasileiros com acesso à Internet, segundo a renda familiar – Percentual sobre o total de domicílios[1]

Acesso do domicilio à rede mundial	Até R$ 300	R$ 301 a R$ 500	R$ 501 a R$ 1.000	R$ 1.001 a R$ 1.800	R$ 1.801 ou mais
Sim	1,87	2,51	13,84	36,72	60,17
Não	98,13	97,49	86,16	63,28	39,83

1 Base: 10.510 domicílios entrevistados. Projeção de domicílios: 53,1 milhões de domicílios, segundo estimativa realizada com base na PNAD 2005.
Fonte: Adaptado de NIC.br – jul./ago. 2006.

Pluralidade de Conteúdos e Apoio à Produção Independente

A produção audiovisual brasileira tem reconhecidos, internacionalmente, a sua competência e o seu padrão de qualidade, em especial na área televisiva. Entretanto, o formato de produção único – distante dos padrões internacionais existentes nos Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Inglaterra, Japão – é incapaz de atender à pluralidade de olhares. No caso da televisão aberta brasileira, por exemplo, a cultura teria muito a ganhar com a diversificação do conteúdo audiovisual e com a ampliação da atividade dos produtores independentes.

Na União Européia, uma diretiva estabeleceu que os países devem assegurar que suas redes de radiodifusão reservem à produção

independente, ao menos, 10% do tempo de programação. A Inglaterra superou amplamente essa margem, visto que todos os canais de televisão têm obrigação de exibir, no mínimo, 25% de produção independente. Nos Estados Unidos, as redes só podem transmitir 5 horas por dia em rede nacional, o que fortalece a produção regional independente:

> Não por acaso que seriados como Lost, Friends, 24 horas, Seinfeld, programas de auditório como Ophra, desenhos animados como Backyardigans, Bob o Construtor, programas semanais como Truques de Olivier e Minha Casa, Sua Casa – considerados modelos de qualidade no mundo – foram criados por produtores independentes e co-produzidos ou licenciados por grandes canais internacionais. (DIAS, 2007, p. 26)

A produção independente, tratada como um dos instrumentos para garantir a pluralidade de conteúdos, pode estimular o conteúdo regional, mantendo vivas e presentes as culturas regionais. Naturalmente, deve-se ter a devida precaução para não incorrer na fragmentação cultural, que "ocorre quando grupos e pessoas diferentes personalizam sua própria experiência de informação e cultura, de modo que as pessoas compartilhem menos de uma cultura comum"[51]. (STRAUBHAAR, LAROSE, 2004, p. 52)

Tratamento da Informação como Recurso Público

A Sociedade da Informação apresenta-se (ou é, em geral, representada por muitos) como uma sociedade aprimorada, na qual a renda é mais bem distribuída e a informação, um bem irrestrito a ser distribuído, se não a todos, a largas parcelas da população. Entretanto, talvez o que realmente tenha se desenvolvido foi "uma forma de industrialização orientada para a informação, sendo esta tratada como

51. Straubhaar e LaRose (2004, p. 52) alertam ainda que "como muitos tipos de grupos podem expressar suas próprias idéias através da proliferação de canais de tecnologia de mídia e informação, a sociedade torna-se mais concentrada em grupos e pontos de vista específicos e menos concentrada em tendências gerais."

objeto (*commodity*), em vez de recurso público." (STRAUBHAAR, LAROSE, 2004, p. 50).

O tratamento da informação como mercadoria corre o risco de ser substituído por outra visão também altamente excludente. Trata-se da sociedade que "**paga por**", uma alusão de Vicent Mosco (cit. em Straubhaar, LaRose, 2004, p. 50) ao que ocorre no chamado *pay per view*, em que se paga por filmes assistidos por encomenda do usuário em sistemas de TV a cabo e satélite.

Na sociedade do conhecimento, a expectativa é que, em certa medida, as tecnologias de informação e comunicação estejam, em sua apropriação e uso, pelo menos impregnadas da conhecida cultura libertária, que é característica da Internet. Por sua natureza,

> [...] nenhum governo, empresa ou instituição controla a rede mundial. Os padrões e as normas da internet são organicamente estabelecidos pela comunidade. Cada organização instala e mantém a sua própria parte na rede, permitindo ainda que as informações enviadas por ela transitem pelas suas rotas isentas de qualquer custo. (PINHO, 2003, p. 41)

Essa discussão também nos remete à questão dos direitos de autor sobre obra intelectual. Não pretendemos adentrar esse campo – por ser muito vasto e exigir uma discussão especial por sua complexidade – e sim sugerir a necessidade de quebra do paradigma do conteúdo protegido, que pode gerar, como desdobramento positivo, o pretendido reconhecimento da informação como recurso público compartilhado.

Um exemplo oportuno é a chamada Web 2.0 que, em vez do repositório quase infinito de conteúdo, mas um conteúdo unidirecional, protegido e fechado (somente os responsáveis por um *site* podiam colocar informação), nela se vê uma arquitetura de participação para permitir aos usuários a intervenção e a publicação dos seus próprios conteúdos. Agora, os melhores *sites* da Web 2.0 são ferramentas para que os usuários gerem conteúdo, criem comunidades e interajam.

> Nos últimos anos, os sites de maior sucesso têm sido os que permitem que os usuários coloquem no ar o próprio conteúdo. A Wikipédia virou o grande símbolo dessa transformação. É

> uma enciclopédia em que os verbetes são criados e editados pelos usuários. O YouTube é outro exemplo. Os internautas postam seus vídeos (RAVACHE, 2007, p. 72).

À Guisa de Conclusão

Finalmente, esperamos que, apesar de modesta, nossa reflexão sobre as barreiras e dificuldades a serem enfrentadas e superadas na construção da sociedade do conhecimento possa, de alguma maneira, contribuir para o esforço da inclusão cultural e social de todos os brasileiros na nova sociedade em gestação, que é também da responsabilidade de todos nós.

Referências

CETIC.br. Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. **TIC domicílios e usuários** 2006. Disponível em: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/ 2006/index.htm> Acesso em: 26/11/2007.

DIAS, Fernando. "Pluralidade não atendida". **Meio & Mensagem Especial – Programação de TV**, São Paulo, 19 nov. 2007, p. 26.

MANTOAN, Maria Teresa Eglér . **Educação para todos: desafios, ações, perspectivas da inclusão nas escolas brasileiras**. Disponível em: <http://www.bibli. fae.unicamp.br/leped/mtem.pdf> Acesso em: 26/11/2007.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003. (Coleção novas buscas em comunicação, 71)

RAVACHE, Guilherme. "A terceira geração da web". **Época**. São Paulo, n° 465, 16 abr. 2007, p. 72-73.

STRAUBHAAR, Joseph D.; LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. Trad. José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

A Construção da Democracia Midiática na Sociedade Digital: das Políticas Públicas às Ações Comunitárias

GIOVANDRO MARCUS FERREIRA[52]

Da Sociedade Midiática à Sociedade Mediatizada

O século XX assistiu à ampliação e consolidação dos meios de comunicação na sociedade. Após a criação da imprensa, séculos atrás, ela se torna um meio com alta tiragem de jornais, atingindo mais de 1 milhão de exemplares na virada do século XIX-XX. O século XX assistira o desenvolvimento do cinema, a criação e a consolidação do rádio, da televisão e, no seu crepúsculo, o advento da Internet.

Além da (oni) presença dos meios de comunicação na vida social, fato já assistido no século precedente, a sociedade entra no novo século sob a égide de uma nova lógica oriunda dos meios de comunicação, ou seja, passa-se de uma sociedade midiática para uma sociedade mediatizada. A lógica social é engendrada nos e pelos meios de comunicação. Talvez, nesse aspecto que a sociologia de Pierre

52. Professor Adjunto na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, doutor em Ciências da Informação pelo Institut Français de Presse et Communication, Université Paris 2 (Panthéon-Assas). Ganhador do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – Categoria: Liderança Emergente, no ano de 2005.

Bourdieu se torna relevante, pois reforça a migração do fato social enquanto fato simbólico[53].

Além de observar a presença dos meios de comunicação, na paisagem das novas e antigas instituições, sendo parte integrante e central na sua inserção e *publicização* (TV do Judiciário, das assembléias legislativas, das universidades entre tantas outras), salta, igualmente, aos olhos a retórica do jornalismo, enquanto retórica *passe-par-tout* em relação aos diversos setores sociais. Voltando à sociologia de P. Bourdieu, uma espécie de capital que vai rompendo as fronteiras dos diferentes campos sociais, no caso, uma super (anti) retórica construída em torno da objetividade. Tradicionalmente, associa-se a persuasão pelas estratégias discursivas calcada no entusiasmo, na paixão, ou então, a partir de valores compartilhados num grupo ou numa sociedade. Assim, ressalta-se os atos retóricos no discurso religioso, político etc.

A objetividade jornalística constrói sua retórica no viés da anulação das estratégias tradicionais da persuasão. Não se têm paixões, nem convicções, nem Deus, nem teoria. A força da persuasão do Jornalístico, a partir do discurso da objetividade, está em contar as coisas, como se as coisas fossem tal como elas são contadas. Essa retórica da objetividade busca confundir as coisas com seu relato, a re-presentação, enquanto apresentação. Esta é uma outra forma que almeja igualmente esvaziar a crítica ao discurso jornalístico[54].

Nesta ótica, as estruturas das notícias estão articuladas com estratégias subjacentes que emanam autenticidade (que é diferente de verdade). Ela recorre a recursos discursivos para criar autoridade no dizer sobre os fatos e, com isso, as notícias buscam ser sinônimo dos fatos, uma espécie de imagem e semelhança. Uma forma de justeza entre o fato e sua representação. A autenticidade se constrói com recursos discursivos que constitui os elementos da notícia, do jornal impresso, do jornal televisado entre outros.

53. PINTO, Louis. **Pierre Bourdieu e a teoria do mundo social**. São Paulo: FGV, 2000.

54. ROSEN, J. Para além da objetividade. IN TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo 2000**, Comunicação & Linguagens N° 27. Lisboa: Relógio D'Água, Fevereiro de 2000.

No jornalismo impresso, a importância que adquiriu a fotografia não é por acaso. Ela é uma forte impressão de autenticidade, como bem analisou Roland Barthes.[55] Eis um recurso que o jornal utiliza para dizer a todos seus leitores: *"Nós estivemos lá, vejam vocês mesmos"*. Igualmente pode-se dizer do jogo das formas de discurso, que apresenta em diferentes modalidades (direto, indireto e híbrido). O discurso direto, ou seja, a citação entre aspas, é um outro recurso bastante utilizado pela imprensa escrita em busca de autenticidade. O telejornalismo constrói autenticidade explorando as coberturas ao vivo, articulando correspondentes, ao mesmo tempo, de várias partes do mundo.

Estes e outros recursos retóricos, que clamam por autenticidade, fazem tornar transparentes as fronteiras que separam os fatos das narrações sobre eles, os fatos das "estórias contadas". As estratégias discursivas do jornalismo são um bom exemplo de uma anti-retórica que se torna uma retórica de referência na sociedade moderna. Muitas das instituições e/ou campos sociais se utilizam dessa (anti)retórica para construir sua noção de autenticidade, introduzindo assim estratégias alheias nas suas dinâmicas internas. Assistindo aos programas eleitorais, nas TVs brasileiras, momento forte na preparação do sufrágio universal, é nítida a influência das estratégias discursivas do jornalismo na conquista de votos em torno das diferentes propostas. Os meios de comunicação, em geral, e os meios de informação, em particular, tornar-se-ão o *passeur* na existência e autenticidade de fatos, pessoas, lugares etc.

Na sociedade mediatizada, há uma nova noção de visibilidade que está composta de características que somam as investidas da objetividade jornalística. Podemos ressaltar duas variáveis para constatar a nova gestão da visibilidade na sociedade atual: espaço e tempo (*espaciotemporal*). O aspecto temporal tem sido bastante explorado em estudos, nos últimos anos, com a importância do tempo dito real na lógica mediática, o que vem reforçar, entre outras, a retórica da objetividade que colocam em relevo anteriormente.

Há, também, a variável espaço e o fim do império do lugar-comum. A partilha do lugar-comum já não é mais uma condição *sine*

55. BARTHES, R. Réthorique de l'image. IN **Communication**, n° 4, Paris, Seuil, 1964.

qua non para trocas e o estabelecimento da relação de face a face. Tal perspectiva não é, portanto, inédita, pois já havia situações idênticas com outras tecnologias, como já proporcionara o telefone, por exemplo. Há, no entanto, um aumento da quantidade, ou seja, opções proporcionadas por novas tecnologias, mas, igualmente, ao nível da qualidade com a partilha de som, imagem etc. Os encontros contemporâneos se passam, com freqüência, no espaço ou mundo virtual, com a explosão de comunidades, *blogs, sites* etc. Tal mundo virtual se torna um palco nas implicações e disputas sociais, políticas e culturais contemporâneas, logo um espaço importante na construção e gestão de visibilidade pública.

No entanto, desde muito tempo, observa-se duas grandes preliminares barreiras, quando se depara com as tecnologias e produtos de comunicação em relação ao conjunto da população: a barreira econômica e cultural. Tem-se que se fazer, em geral, um pequeno investimento, seja para adquirir um jornal, uma revista ou, então, para possuir um computador ou ter acesso à Internet. A utilização e o manuseio de um jornal ou de um computador precisam de algumas habilidades como ponto de partida para um eventual entrosamento. No caso primeiro, do jornal, saber efetuar a leitura é condição *sine qua non* para interpretar uma notícia e, no segundo caso, do uso do computador, é necessário o conhecimento acerca do funcionamento dos *softwares*, sem contar, igualmente, das habilidades de leitura e escrita para *e-mails*, navegação pela Internet etc.

Diante dessas barreiras históricas[56], e de outras evidenciadas mais recentemente, a luta pela democracia midiática, na sociedade digital, requer diferentes frentes para eliminar a exclusão digital. Aqui, colocar-se-á, em relevo, três delas que estão sendo desenvolvidas no Estado da Bahia, através de ONGs e instituições públicas. Tais ações estão relacionadas entre si e se situam sobre espaços que são fundamentais para o avanço da democracia midiática, a saber: (I) ao nível da pressão e proposição de políticas públicas (ações direcionadas ao poder público); (II) ao nível da academia com trabalho de investigação, formação e mobilização (ações de pesquisa, ensino e extensão) e, enfim, (III) ao nível das comunidades periféricas da cidade e do

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

campo (ações de conscientização e inclusão pelo viés da educação pela comunicação).

O que Fazer I: Repensar e Construir Políticas Públicas de Comunicação (Rumo à Conferência Estadual de Comunicação do Estado da Bahia)

Logo depois da vitória do candidato a governador da Bahia, Jacques Vagner, um grupo de entidades, que trabalha no domínio da comunicação, ligado ao movimento soeial (ONGs, Faculdades, Sindicatos etc), propôs-se a debater e, por conseguinte, elaborar um documento sugerindo políticas públicas para o referido domínio. O documento foi finalizado, em dezembro de 2006, e entregue aos representantes do governo de transição. Em seguida, os representantes das entidades signatárias foram convidados a formar o GT – Grupo de Trabalho – para a realização da I Conferência Estadual de Comunicação.

Eis, abaixo, as principais sugestões que nortearam o documento *"Proposições da sociedade civil para uma política de comunicação democrática no Estado da Bahia"*, dando destaque para dois de seus itens: princípios e objetivando propostas.

1. Princípios

A comunicação é uma ferramenta essencial e estratégica para a democratização da gestão pública e para o sucesso de um governo. As ações de um governo só existem para os cidadãos se forem comunicadas a eles e percebidas e incrementadas por eles. Em um governo comprometido com a participação dos cidadãos, na tomada de decisões, a comunicação torna-se ferramenta imprescindível para a democratização da gestão pública. Afinal, é por meio da comunicação que o cidadão conhece os mecanismos do Estado – processos, legislação, jogos de poder, decisões, prioridades. Esse conhecimento é condição essencial para que o cidadão participe da gestão e exerça um controle público e social sobre a administração pública. Sem

democratização da comunicação, não há democratização da gestão pública.

No entanto, as administrações de cunho popular vivem uma tensão entre duas escolhas: a tentação em configurar-se apenas como assessoria de imprensa e a vocação de fazer a comunicação ser um direito do cidadão e um dever do Estado. A tentação faz com que viva uma contradição em querer ser popular, investindo apenas nos meios privados e negando, quando não desprezando, a comunicação comunitária. Já a vocação significa entender essa área como política pública abrangente e transversal a todas as demais áreas. É investir na democratização do Estado, democratizando a comunicação. Sobretudo, a comunicação deve ser compreendida não como um fim em si mesma, mas como um meio que atravessa a própria concepção da realidade, da cultura e da política de um povo.

É preciso haver uma visão da comunicação que vai além de uma orientação instrumental, até então privilegiada pelos gestores públicos (centrada exclusivamente em publicidade, atividades de assessoria de imprensa etc) e seja, sobretudo, substantiva (centrada na participação popular, na produção de conteúdo, na comunicação comunitária, no direito à comunicação, na comunicação democrática, como cimento para a construção de uma sociedade mais plural e mais igualitária).

A comunicação é um direito humano fundamental, assim como o direito à saúde, educação e moradia. Porém, é o menos exercido, uma vez que o cidadão não tem canais para expressar sua voz, produzir sua própria informação e difundi-la. Ele, muitas vezes, não se reconhece com esse direito e, por isso, a pressão social pela democratização dessa área é tímida.

Democratizar a comunicação significa trabalhar em cima de três pilares: (1) acesso, (2) produção e (3) difusão e reconhecimento, entendendo que o cidadão tem o direito de ser incluído em todas as etapas. As comunidades devem contar com políticas que garantam a possibilidade de produzir informação, comunicação e cultura. Que possam por elas mesmas dizer e representar sua cultura, demandas, potencialidades e desafios locais, sem depender tão marcadamente dos grandes meios de comunicação. Mas, produzir significa ter canais

de difusão e reconhecimento, também garantidos e/ou incentivados pelo Estado, seja por meio do sistema público de comunicação, que pode desaguar parte da produção, como também na mídia comunitária, alternativa e dos movimentos sociais, nos centros culturais, nas escolas e em outros espaços sociais.

Os grandes meios de comunicação representam uma parcela e não a totalidade dos meios de comunicação. Uma ampla política de comunicação deve levar em conta a existência da mídia comunitária, alternativa e universitária, para as quais, também, deve haver regulação e incentivos. Antes da comunicação ser um direito do cidadão, é dever do Estado fomentar os pequenos meios de comunicação, criando programas e projetos que possibilitem o exercício desse direito historicamente negado e distorcido. Desse modo, é preciso descentralizar o investimento da comunicação, financiando esses pequenos meios, capazes de difundir uma grande quantidade de produção social de comunicação e cultura de forma autônoma e mais vinculada às realidades locais, trazendo a comunidade a ser partícipe da produção, emergindo cidadãos com voz ativa e cientes de suas demandas e papel social e histórico.

A Educação é outra área transversal à comunicação por vários aspectos: hoje, a comunicação forma o cidadão, constrói e reconstrói, no cotidiano, todo o seu referencial simbólico e cultural. Portanto, uma política de comunicação do Estado deve investir na formação de cidadãos cientes do poder da mediação dos grandes meios de comunicação. Nesse sentido, é imprescindível que seja inserido, ao sistema de ensino, disciplinas, debates e discussões que tragam uma leitura mais crítica da relação que os grandes meios de comunicação estabelecem com a realidade política, econômica, social e cultural, com o intuito de fortalecer a cidadania e a autodeterminação de um povo. A comunicação deve, ainda, dialogar com o resgate da memória da sociedade, reconstruindo e re-significando a base histórica de formação da cultura e identidade.

Pensar numa política de comunicação é, também, fazer uma inversão do fluxo: não só o Estado se comunica com a sociedade, mas também ela se comunica com o executivo, o legislativo e o judiciário, num fluxo contínuo alimentado pelas duas partes. Assim, em uma sociedade democrática, o Estado deve criar e fomentar tais canais de

diálogo, utilizando os meios de comunicação e as novas tecnologias a fim de trazer o cidadão para o centro do debate político e das tomadas de decisão.

2. Objetivando Propostas

O plano de comunicação institucional será, certamente, elaborado com base no plano estratégico de governo – seus valores, eixos e estratégias – e estará voltado à sua difusão. As ações de comunicação devem levar o cidadão a perceber que toda ação de governo integra uma política pública idêntica as outras políticas públicas executadas, compondo o mesmo projeto político. Ter consciência do conjunto da gestão é vital não só para o fortalecimento da imagem da administração, mas também para a participação do cidadão nessa gestão.

A comunicação focada na construção da cidadania deve ser de mão dupla: levar informações e serviços, mas, também, escutar os cidadãos, que é uma oportunidade para o governo avaliar suas ações e corrigir seus rumos. Para estabelecer essa comunicação bilateral, o governo deve usar todas as suas formas disponíveis: a direta, que inclui o corpo-a-corpo (visitas e reuniões etc); e a indireta, com a utilização de canais próprios, da comunidade ou de massa.

O plano de democratização da comunicação, do futuro governo deve seguir os compromissos assumidos pelo presidente Lula, no seu plano de governo federal, que estabelece as seguintes ações:

– Construir um novo modelo institucional para as comunicações, com caráter democratizante e voltado ao processo de convergência tecnológica;

– Incentivar a criação de sistemas democráticos de comunicação, favorecendo a democratização da produção, da circulação e do acesso aos conteúdos pela população;

– Fortalecer a radiodifusão pública e comunitária, a inclusão digital, as produções regionais e independentes e a competição no setor.

Como ponto de partida para a elaboração de uma política pública de comunicação para o Estado da Bahia, é necessária a criação de espaços coletivos de discussão, nos quais os diversos atores sociais, historicamente comprometidos com a democratização da comunicação no Estado, possam opinar, avaliar e propor. Assim, duas ações são prioritárias para o primeiro momento do governo:

a) Realização da *I Conferência Estadual de Comunicação* como marco do planejamento de políticas públicas de comunicação para a Bahia no governo. Uma conferência de comunicação, ainda inédita no país, deve ser considerada prioritária para o aprofundamento do debate sobre os problemas e propostas para uma política de comunicação democrática no Estado da Bahia. Trata-se de um salto qualitativo necessário para um governo democrático, uma reivindicação da sociedade civil e um direito do cidadão, o que pode tornar o Estado da Bahia um dos pioneiros na defesa do direito à comunicação.

b) Criação de um Conselho de Comunicação Social, na forma do art. 224 da Constituição Federal, cujo formato e estrutura sejam definidos pela Conferência Estadual de Comunicação.

Seguem, abaixo, algumas propostas que poderão fazer parte do elenco de ações no que concerne uma administração de cunho popular e uma comunicação construtora de cidadania:

a) Mapeamento da situação da comunicação, na Bahia, como um primeiro diagnóstico para a implantação de políticas públicas mais democráticas para o setor.

b) Subsidio à equipe de governo para o tema "comunicação pública", realizando atividades de sensibilização de coletivos das diversas instâncias do governo com a participação dos atores sociais, tendo como objetivos conscientizar sobre a importância estratégica da comunicação para o êxito da gestão e construção da cidadania.

c) Criação da Secretaria Estadual de Comunicação que garanta a execução das políticas públicas de comunicação e articule projetos com as diversas secretarias, em especial, com as de Cultura, Educação, Ciência & Tecnologia, Trabalho e Ação Social, além de ser um espaço de mediação da informação oriunda das diversas secretarias, buscando resgatar, ao mesmo tempo, a democratização do Estado e o fortalecimento da cidadania.

d) Implantação de um programa de fomento à produção audiovisual na Bahia, com políticas de incentivo a produções independentes, construção de um circuito ativo de produção e circulação de conteúdo.

e) Construção de pontos de comunicação e cultura com bibliotecas e salas de cinema em bairros populares e comunidades, usando tecnologia digital, que é acessível no que tange investimentos, por parte do Estado.

f) Implantação de conteúdos de comunicação (leitura crítica dos meios, produção) no currículo do Ensino Médio, por meio da aplicação da metodologia da Educação pela Comunicação, e criação de programas de capacitação de professores da rede estadual para trabalhar a comunicação como conteúdo transversal às demais disciplinas.

g) Desenvolvimento de projetos, nas escolas públicas estaduais, para a criação de meios de comunicação estudantis, como rádios, vídeos, jornais, *web*, etc, com o objetivo de contribuir na formação dos alunos, democratizar as relações entre a comunidade escolar e entre essa e a comunidade externa.

h) Transformação dos "infocentros", Laboratórios de Informática das escolas e outros espaços de conectividade, em centros de acesso, produção e difusão de comunicação e cultura, com a apropriação social das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), onde o cidadão deixe de ser um usuário passivo, tornando-se um agente ativo nesse sistema.

i) Garantia da eqüidade e diversidade racial na programação e no corpo funcional do IRDEB – Instituto de Radiodifusão da Bahia – e da comunicação oficial do governo, com ações afirmativas para contratação de estagiários e profissionais de comunicação, conforme a discussão nacional de medidas compensatórias e reparatórias para os descendentes de africanos e indígenas no país.

j) Abrangência do uso das TICs, também para as comunidades quilombolas, tradicionais (terreiros), indígenas e outros grupos excluídos.

k) Criação das Centrais Públicas de Comunicação como espaços de referência de acesso, produção e difusão e reconhecimento da comunicação para o cidadão. De gestão participativa, devem viabilizar o debate público sobre comunicação e atividades de leitura crítica, para que os cidadãos tenham o conhecimento necessário a fim de estabelecer uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.

l) Revisão da política de investimento da verba governamental publicitária, por meio de projeto de lei amplamente debatido com a sociedade, estabeleeendo critérios para este investimento oficial nos meios de comunicação.

m) Democratização do investimento e financiamento da verba publicitária, abrangendo além das agências e veículos privados, os veículos comunitários, alternativos, do movimento social e pequenos meios em geral.

n) Reestruturação do sistema estadual de comunicação (TV, rádio, etc) para um sistema mais autônomo, que englobe características de um sistema público, isto é, que abarque a participação ativa da sociedade civil, reformulando-o para um novo modelo de gestão (nos diversos níveis: pessoal, infraestrutrural, jurídico etc) e de produção de conteúdo (canais de participação social na produção e difusão).

o) Adoção do *software* livre como política do Estado em todas as áreas.

p) Criação de mecanismos de maior transparência e publicização das ações e orçamentos do governo *(e-governo)*.

q) Ampliação da quantidade de computadores didáticos, nas escolas estaduais, pois apenas 20% estão contempladas.

r) Parceria com o Governo Federal para consolidação de um pólo regional de audiovisual e uma *Film Commission* para divulgação da Bahia como local ideal para locação, fornecedor de mão-de-obra e infra-estrutura para produção audiovisual.

s) Proposição à Telemar – empresa que ganhou a licitação para exploração da telefonia fixa no Estado – de programas populares para telefonia fixa e Internet banda larga, incipientes no Estado, incluindo pequenos municípios, áreas de baixo IDH, rurais e remotas, interligando os prédios públicos, tais como, telecentros, escolas, postos de saúde e delegacias.

t) Parceria entre o IRDEB a as universidades do Estado (capital e interior), ONGs, associações comunitárias e TVs comunitárias para a criação do "Núcleo de Apoio e Capacitação para Comunicação Comunitária".

u) Maior interação entre o IRDEB e o Departamento de Imagem e Som (Dimas) da Fundação Cultural, assim como outros departamentos que lidem com arte, cultura e comunicação, tanto estaduais quanto municipais.

v) Parcerias do IRDEB com as demais TVs e rádios públicas do país e do continente latino-americano, a partir da TV Brasil e Radiobrás, permitindo intercâmbio nos produtos culturais, com preços mais acessíveis que os do mercado europeu e norte-americano.

w) Articulação das ações de apropriação social das TICs às iniciativas de economia solidária e geração de renda, como a implementada na Universidade Federal da Bahia, através do BANSOL.

x) Adequar os ambientes de apropriação social das TICs ao Decreto Lei no. 5296/04, de acessibilidade, que garante às pessoas com deficiência o acesso aos bens e serviços públicos.

y) Realização de seminários e congressos, no interior do Estado, sobre a Comunicação Social.

z) Utilizar o ensino à distância (*e-learning*) como forma de levar temas de interesse público ao interior do Estado.

aa) Mobilização das entidades de ensino superior e de seus cursos de graduação e pós-graduação, assim como das entidades representativas da área acadêmica e centros e instituições de pesquisa, públicos ou privados, para incrementar a produção científica e técnica sobre Comunicação Social destinada a apoiar a expansão do mercado e a ampliação do acesso da população a sistemas e serviços; e para promover a investigação dos efeitos culturais, políticos e econômicos da mídia.

O que Fazer II: Criação do Centro de Estudos em Comunicação, Democracia e Cidadania

Fruto da articulação das organizações que elaboraram o documento acima exposto foi criado, em 2007, o Centro de Estudos em Comunicação, Democracia e Cidadania, como órgão complementar da Faculdade de Comunicação, que almeja contemplar os seguintes objetivos:

a) Reunir pesquisadores, docentes, profissionais, agentes sociais, pessoas jurídicas e físicas, interessadas no desenvolvimento de ações diversas no âmbito da Comunicação, Democracia e Cidadania;

b) Ser um espaço catalizador de diferentes experiências, no tocante à comunicação como construtora de democracia e de cidadania;

c) Acompanhar, de maneira crítica, as políticas de comunicação implementadas, no país e nos diferentes Estados, em especial, na Bahia;

d) Propiciar a cooperação, o intercâmbio e a formação de rede entre pesquisadores, professores e atores sociais que atuam na democratização da comunicação e na construção da cidadania pela viés da comunicação;

e) Colaborar com a realização de estudos que promovam a capacitação de grupos e pessoas que busquem desenvolver atividades no domínio da comunicação e da cidadania;

f) Organizar e gerenciar acervo e banco de dados sobre os meios de comunicação, no Brasil, em especial na Bahia;

g) Promover atividades de extensão, sob as mais diversas modalidades, visando difundir o resultado de suas pesquisas e a busca pela democratização da comunicação no país;

h) Divulgar os trabalhos realizados pelo Centro, através dos mais diferentes meios de comunicação;

i) Estimular e apoiar pesquisas, ações e lutas pela democratização da comunicação e educação pela comunicação;

j) Ser um agente na luta pela democratização da Comunicação no país;

Na busca da consolidação do Centro, duas ações foram prioritárias no seu nascedouro: a realização da Conferência Estadual de Comunicação, com a participação de vários de seus membros e o mapeamento da situação dos meios de comunicação na Bahia.

De posse dos dados, que formam a paisagem midiática baiana, o Centro poderá viabilizar um conjunto de atividades no sentido de proporcionar políticas públicas mais democráticas, no tocante à comunicação.

O que Fazer III: Ação da Cipó Interativa pela Inclusão na Sociedade Digital

Além de expor propostas de políticas públicas de comunicação, esta apresentação busca também mostrar ações que estão sendo realizadas no domínio da inclusão digital. Práticas sociais exercidas por organizações do terceiro setor, no caso particular, da organização Cipó Interativa, integrante do Centro de Estudos em Comunicação, Democracia e Cidadania, que tem uma atuação marcante na cidade de Salvador e no interior da Bahia, através de seu trabalho no âmbito da educação pela comunicação[57].

Desde a sua fundação, em março de 1999, a CIPÓ vem atuando como um laboratório voltado à concepção de tecnologias sociais focadas no uso da comunicação para promover a garantia de direitos e o desenvolvimento integral de crianças, adolescentes e jovens. Coerente com essa perspectiva, a organização dedicou seus seis primeiros anos de existência a realizar projetos inovadores, cujas metodologias foram avaliadas, aprimoradas e sistematizadas.

Em 2005, a instituição decidiu utilizar todas as tecnologias que havia concebido, até então para promover mudanças mais significativas, não apenas na vida daqueles que conseguia atender diretamente, mas em estruturas e organizações sociais, governamentais e não-governamentais, que pudessem oferecer essas mesmas oportunidades de transformação para muitas outras crianças, adolescentes e jovens. Foi, então, que começou a desenhar novas estratégias de intervenção,

57. A descrição feita sobre as ações da Cipó foi tirada dos seguintes documentos da entidade: 1) Cipó leva comunicação para comunidades populares: instituição utiliza tecnologias da informação e da comunicação para o desenvolvimento de comunidades urbanas e rurais da Bahia; 2) Projeto Cibersolidário, relatório final, julho de 2007; 3) Comunicação para o desenvolvimento da Região Metropolitana, relatório da parceria Cipó-Braskem, 2006-2007.

com o propósito de utilizar a comunicação para fortalecer o processo de desenvolvimento de determinados territórios e, conseqüentemente, a sua capacidade de promover os direitos, a formação e a participação infanto-juvenil.

1) Informar, Formar e Mobilizar

Nas escolas públicas, a CIPÓ capacita professores e alunos para que utilizem a tecnologia e peças de comunicação – como *sites*, programas de rádio, vídeos e jornais – no processo de ensino/aprendizagem de conteúdos curriculares. Em centros de inclusão digital, realiza programas que promovem o uso inteligente e criativo dos computadores. Nas comunidades, contribui para o empoderamento de lideranças infanto-juvenis, que passam a usar os meios de comunicação como instrumento de monitoramento e influência de políticas públicas. Junto a empresas, viabiliza a contratação e formação de jovens aprendizes via Lei da Aprendizagem. Com os veículos e profissionais da mídia, promove ações que potencializam o importante papel de informar e mobilizar a sociedade brasileira para fazer valer os direitos fundamentais de todas as crianças e adolescentes do País.

A "*Kabum! Escola Telemar de Arte e Tecnologia*" e a "*Kabum! Novos Produtores*" completam as ações da CIPÓ, na área de capacitação dos jovens das comunidades de bairros periféricos para produção de mídias. A Escola funciona com o objetivo de formar os garotos e garotas em linguagens multimídia e promover o acesso a bens culturais. Os participantes recebem aulas nas linguagens de Vídeo, Fotografia, Design Gráfico e Computação Gráfica, além de atividades de Desenvolvimento Pessoal e Social, Leitura e Expressão, História da Arte e Comunicação Digital. Já o núcleo de produção "*Kabum! Novos Produtores*" tem o foco na geração de oportunidades profissionais para os jovens que passaram pelos programas da CIPÓ. O núcleo pretende estimular e colaborar com o processo de democratização da comunicação, oferecendo a esses meninos e meninas a oportunidade de adquirir experiências na produção de diversas mídias (vídeo, fotografia, *design*, computação gráfica, *webdesign* e rádio) e ingressar de forma qualificada no mercado de trabalho.

As localidades do Subúrbio Ferroviário, em Salvador; Camaçari e Dias D'Ávila, municípios da Região Metropolitana de Salvador; e Feira de Santana, portal do semi-árido baiano, são os territórios prioritários de intervenção. Todos reúnem graves índices sociais; mas, ainda que marcados por desigualdades sociais, contam com uma sociedade civil atuante e comprometida historicamente com o processo de transformação e melhoria da sua própria realidade. Um capital social forte, indicadores sociais comprometedores da qualidade de vida de meninos e meninas e receptividade à atuação institucional são alguns dos requisitos que levam a CIPÓ a priorizar essas localidades e, assim, desenvolver o "Projeto Cibersolidário" ao longo dos anos 2006-2007.

2) A Cibersolidariedade

O **Projeto Cibersolidário** foi criado com o objetivo de utilizar as Tecnologias da Informação e da Comunicação para oferecer oportunidades de formação profissional a jovens de 17 a 24 anos, provenientes de comunidades populares do Estado da Bahia, a fim de contribuir para sua inserção qualificada, no mundo do trabalho, e sua atuação como agentes do desenvolvimento. Tratou-se da primeira iniciativa realizada pela CIPÓ – Comunicação Interativa, a partir de um novo modelo de atuação, que começou a ser implementado, no início de 2006, no Subúrbio Ferroviário de Salvador, Camaçari e Feira de Santana.

Nesses territórios que abrange, então, a Região Metropolitana de Salvador e o semi-árido baiano, a CIPÓ iniciou a atuação com um mapeamento de organizações e lideranças locais que pudessem servir de apoio à realização da iniciativa, bem como com a construção de um diagnóstico mais aprofundado sobre a realidade local, focando-se, principalmente, nas questões de acesso às novas tecnologias. Os primeiros resultados indicaram a precariedade das condições locais, as quais refletiam de forma ainda mais assustadora, que os índices e documentos oficiais. Os raros espaços públicos de uso das novas tecnologias tinham dificuldade estruturais, condições inadequadas de infra-estrutura e sérios problemas de gestão e de

desenvolvimento metodológico. As organizações sociais eram muito receptivas à proposta, entretanto, tinham uma série de expectativas que extrapolavam os objetivos do projeto, refletindo o cenário de demandas emergenciais de suas realidades. Os jovens demonstravam as contradições entre a ansiedade gerada pela pressão familiar da conquista imediata do primeiro emprego – almejada pela ação da Cipó – e o desejo de conciliar o pouco tempo com uma formação que minimizasse as inúmeras lacunas deixadas pela precária escola pública de origem.

A realidade dos infocentros e laboratórios de informática, inicialmente identificados pela CIPÓ mostrou-se muito mais precária do que parecia. Vários deles têm problemas graves de instalações e infra-estrutura, alguns foram fechados por dificuldade de sustentabilidade e outros demoraram mais do que o previsto para serem inaugurados. A precariedade e/ou inexistência de centros de conectividade e produção de mídia, nessas localidades, configurou-se como um dos principais focos de preocupação da CIPÓ, voltando a atenção da equipe do projeto para uma atuação mais intensiva junto ao poder público e ao empresariado, na montagem de novos espaços e na qualificação dos já existentes, sempre com foco na comunicação para o desenvolvimento. Neste sentido, os principais resultados alcançados pelo projeto foram, sem dúvida, o convite feito por governos municipais, estadual e federal para que a CIPÓ os apóie na concepção de programas e políticas públicas nessa área. Como conseqüência, a instituição está: orientando a construção do novo programa de inclusão digital do Estado da Bahia e da formação de jovens agentes de comunicação para o desenvolvimento em parceria com a **Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação** e a **Secretaria de Desenvolvimento Social**; estruturando o centro de multimeios da "Cidade do Saber", principal projeto sociocultural da **Prefeitura de Camaçari**; e coordenando a implantação das "Casas Brasil", dos bairros de Fazenda Coutos e Plataforma, centros tecnológicos montados com a **Prefeitura de Salvador** e o Ministério **da Ciência e Tecnologia**; além de ter conquistado o apoio de quatro secretarias municipais que cederam seus "infocentros" para a realização das formações (Secretaria de Economia Emprego e Renda, em Salvador; Secretaria de Planejamento, de Feira de San-

tana; e Secretarias de Assistência Social e da Administração, em Camaçari).

Entretanto, mesmo com a parceria dessas instituições, os espaços cedidos não atendiam às condições necessárias para a atuação dos jovens como Agentes de Comunicação para o Desenvolvimento. A solução foi orientar os jovens a criar ações que pudessem ser realizadas em locais diversos, utilizando outros instrumentos de comunicação, como vídeos, programas de rádio, murais e esquetes teatrais. Neste sentido, também a própria concepção da formação precisou ser reformulada, visto que sua execução só se fez possível mediante a negociação com os espaços públicos locais, sendo necessário adequá-la a este contexto.

A proposta da formação foi reorientada, em cada território, a partir das condições e vocações locais, sendo divida em 03 etapas: formação e construção de diagnóstico local; elaboração de proposta-piloto de ação de comunicação, e a execução.

A atuação dos jovens como Agentes de Comunicação para o Desenvolvimento começou em março de 2007, a partir da execução de 15 projetos sociais em espaços de inclusão digital, escolas, emissoras de rádio e organizações comunitárias, as quais envolveram cerca de 10.000 pessoas. As intervenções buscaram promover ações como a realização de uma campanha de comunicação para Garantia de Direitos no Subúrbio Ferroviário, a dinamização de telecentros, a inserção de pessoas com deficiência em um dos "infocentros" de Camaçari, a inclusão digital de trabalhadores rurais em Santo Estevão, a criação de um observatório de denúncias de descriminação racial em rádio-jornalismo, no subúrbio de Salvador, entre outras atividades.

Diante da fragilidade dos espaços de inclusão digital existentes, nos territórios, ainda não foi possível integrá-los em rede, processo que exige uma maior maturidade institucional. As ações de articulação previstas iniciaram-se, portanto, com os próprios jovens, que têm se reunido intra e interterritorialmente. No início de 2007, jovens dos três territórios participaram de um dia inteiro de atividade conjunta no município de Camaçari.

Quanto à produção do Guia Virtual, a CIPÓ está estimulando que a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação assuma essa responsabilidade, a fim de que possa reunir e difundir boas práticas de

inclusão digital, realizadas por centros de conectividade de todo o Estado da Bahia, intensificando, assim, a troca de conhecimento e a disseminação de experiências nesse campo.

3) A Rede Sou de Atitude

A "Rede Sou de Atitude" é uma articulação nacional de crianças, adolescentes e jovens que participam politicamente nos seus espaços sociais, realizam ações de monitoramento das políticas públicas e *advocacy*, nas áreas da infância, adolescência e juventude.

É composta por 29 grupos articulados em 19 núcleos ou micro-redes, distribuídos em 12 estados brasileiros mais o Distrito Federal. Eles observam e relatam a realidade da infância, adolescência e juventude, nas mais diversas regiões do país, com vistas a contribuir para a melhoria dos serviços destinados a este público, através da influência nas políticas públicas.

Também participam e se articulam com conselhos de direitos e tutelares, com o poder legislativo e executivo e estão presentes em eventos, campanhas, mobilizações e atos públicos. Seus integrantes assumem, ainda, a responsabilidade de mobilizar crianças e outros adolescentes e jovens para que participem politicamente nos espaços comunitários e sociais.

Eles se comunicam por meio de um *e-grupos* e um Portal na internet (www.soudeatitude.org.br), onde trocam experiências, divulgam os produtos de comunicação resultantes dos monitoramentos e articulam estratégias de ações conjuntas.

Fruto da iniciativa da ONG CIPÓ – Comunicação Interativa, atual responsável pela secretaria executiva da "Rede, Sou de Atitude" foi criada em dezembro de 2003, juntamente com a "Rede de Monitoramento Amiga da Criança". Ambas monitoram as políticas públicas para a infância e adolescência, por meio do "Plano de Ação Presidente Amigo da Criança", pacto do governo brasileiro para garantir o cumprimento das metas do milênio, constantes no documento "Um Mundo para as Crianças". A função da "Sou de Atitude" é esquentar os dados estatísticos sobre as metas, levando o olhar e a análise dos adolescentes e jovens sobre as políticas a eles destinadas.

A Rede também é uma das integrantes do "Juventudes e Ação Política" (JAP), juntamente com a CIPÓ, a ONG Ágere – Cooperação em *Advocacy* e o Instituto Aliança, que tem a finalidade de discutir, formular e implementar políticas públicas de, com e para as juventudes brasileiras[58].

58. Os resultados alcançados pela CIPÓ têm gerado reconhecimento. Em atuação desde 1999, a organização conquistou os títulos de Utilidade Pública Municipal e Estadual, além do registro no Conselho Nacional de Assistência Social e no Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Salvador. Em 2001, foi vencedora do Prêmio Empreendedor Social Ashoka-McKinsey e, em 2003, finalista dos Prêmios Itaú-Unicef e Fundação Banco do Brasil. Em 2005, recebeu ainda o Top Social/Bahia, em aliança com o Instituto Telemar, e o Prêmio Parcerias Nordeste, junto com o Instituto Unibanco.

Acessos e barreiras à sociedade do conhecimento: o paradoxo do rádio informativo no Brasil

EDUARDO MEDITSCH[59]

Resumo

Este trabalho analisa o paradoxo do rádio informativo, no Brasil, a partir das referências da Conferência de Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (Genebra 2003, Tunis, 2005). Embora considerada uma tecnologia com acesso universal alcançado, o rádio informativo não cumpre a promessa de inclusão na sociedade do conhecimento, a não ser para uma minoria que não precisaria dela para este fim. A partir do referencial teórico das tecnologias intelectuais, que apontam para a importância da *webmergência*, o texto sustenta que a implantação do rádio digital, no Brasil, anda na contramão, e vincula a lógica desta implantação à crise do jornalismo em todas as mídias. Por fim, destaca a importância na pesquisa aplicada e da militância intelectual da área acadêmica para que possa contribuir com a superação intelectual desse estado de coisas.

59. Professor da UFSC, Bolsista do CNPq, Coordenador do GT Estudos de Jornalismo da Alaic. Ganhador do "Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – Categoria: Liderança Emergente, no ano de 2003.

O Paradoxo do Rádio na Sociedade da Informação

A "Sociedade da Informação" foi definida numa Conferência de Cúpula Mundial, realizada em Genebra, em dezembro de 2003, como "a sociedade em que todos possam criar, acessar, utilizar e compartilhar a informação e o conhecimento, para fazer com que as pessoas, as comunidades e os povos possam desenvolver seu pleno potencial e melhorar a qualidade de suas vidas de maneira sustentável". No entanto, os indicadores de acesso a essa sociedade, tal como definidos no informe coordenado por Michael Minges, apresentado à Conferência, levam em conta, apenas a infra-estrutura (medida em cobertura de telefones fixos e móveis), o conhecimento (medida em escolaridade dos adultos e número de matrículas), o custo (preço de acesso à Internet), a qualidade do acesso (em percentagem de usuários de banda larga) e o uso (em número absoluto de usuários).

Este informe, produzido pela União Internacional de Telecomunicações em parceria com várias outras entidades multilaterais (Unesco, Unctad, Unece, UIS, OECD e Eurostat), atribui ao Brasil a condição de "acesso fácil", com valor de 0,50 de "índice de acesso digital", o mesmo alcançado pela Rússia e o México, e próximo da maioria dos demais países latino-americanos e europeus orientais, bem inferiores ao "acesso muito fácil" dos países do bloco hegemônico no capitalismo (Estados Unidos-Europa-Japão), mas bastante superiores aos de "acesso médio" e "acesso difícil" do terceiro mundo (MINGES, 2003, p. 22).

A facilidade ou dificuldade de acesso sugerida por esses indicadores, no entanto, favorece apenas uma análise do ponto de vista da economia, e pode dar margem a uma interpretação equivocada a respeito da democratização implícita no conceito de "sociedade da informação". A existência de infra-estrutura e de equipamentos de comunicação e informação, o acesso a esse aparato tecnológico e até mesmo o seu uso, por pessoas com níveis razoáveis de educação formal, embora sejam pré-requisitos indispensáveis, não garantem as condições "para fazer com que as pessoas, as comunidades e os povos possam desenvolver seu pleno potencial e melhorar a qualidade de suas vidas de maneira sustentável."

Um exemplo dessa discrepância entre bons indicadores de acesso

e baixos resultados pode ser observado no caso do rádio como meio de comunicação, apontado no mesmo informe, entre todas as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) disponíveis, como a que se encontra mais próxima do "acesso universal alcançado". Isto porque o rádio independe de redes elétricas, como a maior parte das outras tecnologias: em países subdesenvolvidos, como Senegal, Naníbia ou Moçambique, onde a eletricidade e, em conseqüência também a TV, não chegam a mais de 5% dos lares, o rádio pode estar presente em mais de 50% dos domicílios (MINGES, 2003, pp. 8-9).

No Brasil, o rádio segue sendo o meio de comunicação mais utilizado pela população, tanto do ponto de vista do alcance (está presente em 92% dos lares, índice que já foi superado pela TV, mas também na maior parte dos veículos e em parcela considerável dos locais de trabalho), quanto da audiência (o conjunto das emissoras de rádio tem maior audiência somada do que o conjunto das emissoras de TV, durante 18 horas por dia, perdendo apenas no horário noturno) e ainda na intensidade de utilização (medida em horas de utilização por semana). Os dados brasileiros não são muito diferentes dos apurados em outros países (MEDITSCH, 2001).

No entanto, o uso dominante do rádio, mesmo nas sociedades tecnologicamente mais avançadas, é bastante questionável na perspectiva de "desenvolver o potencial humano" conforme a utopia da sociedade do conhecimento. Um relatório sobre a situação da mídia jornalística, publicado em 2004, pela Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, por exemplo, revela que embora o meio rádio atinja 94,4% da população norte-americana maior de 12 anos de idade, as emissoras informativas, em particular, só costumam ser ouvidas por 15% destes ouvintes, situados nos topos tanto da pirâmide etária quanto da social e da cultural. O radiojornalismo não atinge os trabalhadores manuais nem os jovens de qualquer estrato social. Muitos veículos do jornalismo impresso e mesmo TVs a cabo e *sites* da Internet especializados em notícia enfrentam situação semelhante. O estudo prevê dificuldades para o futuro de várias formas de jornalismo, "caso não se preocupem em construir suas audiências a longo prazo".

O diagnóstico sobre a mídia jornalística salienta, também, o fato de que a fragmentação cada vez maior da audiência em meios e ve-

ículos especializados, representa um desafio para a sobrevivência de uma opinião pública (*common public understanding*), de um interesse comum, da linguagem socialmente compartilhada e do próprio espaço público. Ao mesmo tempo em que são disponibilizadas condições e oferecidos produtos jornalísticos de uma qualidade nunca alcançada antes, para alguns segmentos específicos, grande parte da audiência se contenta com o sensacionalismo, com a informação de entretenimento ou com o "jornalismo de afirmação", que apresenta apenas um lado das questões para reforçar os preconceitos pré-existentes. (PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2004).

No caso do rádio, a existência de barreiras sociocognitivas à circulação da informação jornalística de qualidade já era detectada pela BBC de Londres, durante a década de 1940, bem antes do surgimento de emissoras segmentadas. Uma pesquisa de recepção, realizada pela emissora junto aos soldados britânicos no *front*, durante a Segunda Guerra, já chegava a esta conclusão: "Às tropas não importará nada que se inclua na programação um espaço de informação séria e de qualidade, que mantenha um bom equilíbrio com respeito às opiniões políticas. Não lhes importará, e não o escutarão." (LEWIS & BOOTH, 1991, pp. 110-1) Portanto, a especialização das emissoras, que veio mais tarde – e primeiro nos países onde vigorava o sistema comercial de exploração do meio – de certa maneira responde, numa perspectiva mercadológica, a uma situação que já existia, embora certamente essa perspectiva orientada para o mercado acabe por agravá-la. Como observa Dominique WOLTON (1995, p. 172):

> O corte entre as elites e o resto das pessoas é talvez mais prejudicial do que antigamente, porque, noutros tempos, o resto da população não via esse *décalage*, hoje mais visível graças aos *media*. Dito de outra forma, observamos sempre o mesmo efeito de 'expositor' nas elites, mas este efeito é agora notado pelas outras categorias socioculturais. Quem poderia pensar, há sessenta anos, nos primórdios do desenvolvimento dos *mass media*, que a sua generalização, tal como a das sondagens, justamente consideradas como um instrumento democrático, levaria ao reforço de um processo que, se não for de não-comunicação, é, pelo menos, de comunicação truncada?

A idéia de que qualquer conteúdo, por mais complexo que seja, pode ser comunicado a qualquer público, desde que encontradas as formas apropriadas, permanece sendo um princípio importante para todas as formas de produção e reprodução do conhecimento: tanto para a educação (FREIRE, 1976), quanto para a ciência (ARNHEIM, 1980), o jornalismo (LAGE, 1983) e a arte, como sustentava Charles Chaplin. No entanto, a expectativa de que a segmentação facilitasse o endereçamento de conteúdos complexos a diversos públicos, anteriormente não alcançados por eles na mídia generalista, através da especialização dos formatos e das linguagens, expectativa esta que, ainda hoje, anima o projeto da rádio digital das emissoras públicas européias, felizmente não se confirmou onde prevalecem as emissoras privadas, o que começa a ocorrer inclusive na própria Europa.

As Tecnologias Intelectuais e a *Webmergência*

Sendo o ser humano condicionado não apenas por seu passado, mas também pelo futuro que consegue vislumbrar, no presente, como possibilidade, como propõe Paulo Freire (1991, p.89-90), a configuração de um futuro aceitável e possível no imaginário social é uma estratégia necessária tanto para os que lutam pela manutenção do *status quo* quanto para os que fazem a sua contestação. Daí ser a configuração do futuro um campo de permanente disputa ideológica: um outro mundo é possível? No contexto digital, outra radiodifusão é possível? Como observou FIDLER (1997), "toda tecnologia passa por aceleradores e freios. A indústria, o poder econômico, o mercado, as forças políticas, os processos de regulação atuam nesse processo, dando impulso ou simplesmente barrando aquilo que julgam inconvenientes na dinâmica das forças naquele momento."

Todavia, a futurologia não é influenciada apenas pelos projetos em disputa, mas também pelo fato da criação do futuro humano ser limitada pelas referências do presente (KELLY, 2007). DEL BIANCO (2004, pp. 47-70), ao analisar a mutação no radiojornalismo em conseqüência da influência tecnológica e cultural da Internet, revisa com propriedade a literatura crítica a respeito do futuro da tecnolo-

gia digital, classificando as diversas correntes de pensamento como "otimista", "pessimista" e "moderada". Este artigo não pretende retomar esse debate, que foi uma etapa necessária, mas já vencida em trabalhos como o da tese citada. Em vez disso, pretende analisar o processo de implantação do rádio digital, no Brasil, a partir da visão destes meios como precursores de uma tecnologia intelectual eletrônica (MEDITSCH, 2001), que só se realiza plenamente no fenômeno da 'webmergência'.

Na década de 1960, Marshall McLuhan revolucionou o estudo dos meios de comunicação de massa ao propor que "toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo" (MCLUHAN, 2005, p. 10). O autor procurava chamar atenção para o fato das mediações exercidas pelas tecnologias passarem despercebidas, ao serem ofuscadas pela preocupação exclusiva com o seu conteúdo. No seu modo de ver, as transformações provocadas na sociedade pela simples existência dos meios de comunicação de massa como "extensões do homem", até então desprezadas, seriam o objeto legítimo do seu estudo. O conteúdo dos meios deveria ser procurado no ambiente criado por cada um deles: "o meio é a mensagem" (MCLUHAN, 2005, p. 21).

Apesar de muitos de seus conceitos parecerem insatisfatórios – como a classificação dos meios em "quentes" e "frios" – McLuhan ajudou a perceber as diferenças entre os diversos meios e a importância dessa diferenciação para a avaliação de seus efeitos. Esta contribuição é, muitas vezes, obscurecida pela contestação do determinismo tecnológico de suas idéias no âmbito das ciências humanas. De fato, o autor tentou explicar a história a partir da presença de determinadas tecnologias, sobrepondo-as a variáveis econômicas, sociais e culturais e, neste aspecto a sua teorização é pouco sustentável. Os meios não são a explicação final da mensagem, que se localiza na realidade histórica, muito mais complexa, de que fazem parte. Mas, os meios interferem nessa realidade, e condicionam, especialmente, as mensagens produzidas e veiculadas através deles (LÉVY, 1994, pp. 236-7).

O trabalho de Piere Lévy inscreve-se numa corrente de estudos que investiga a mediação das técnicas na estruturação e comunicação do pensamento e, em conseqüência, da construção social da reali-

dade na *práxis* humana. Esta corrente teve um marco fundamental na obra de Jack Goody (1988), que demonstrou como a alteração da forma de enunciação verbal, com o advento da escrita, possibilitou a domesticação do "pensamento selvagem", descrito por Lévi-Strauss, na origem da civilização. Na mesma linha, Walter Ong (1982) investigou as diferenças – na produção e distribuição de conhecimento – entre sociedades com base tecnológica oral e escrita e, a partir disso, definiu características específicas da nova forma de oralidade criada pela tecnologia eletrônica. O impacto da eletrônica, enquanto tecnologia da inteligência, expressa no complexo informático-midiático, é a questão central na investigação de Lévy.

Como propunha Goody (1988, p. 180), a escrita não foi um mero registro da fala, mas estimulou "formas particulares de atividade lingüística associadas ao desenvolvimento de certas maneiras de colocar os problemas e de os resolver". A distinção da cultura oral em relação à cultura letrada chamava a atenção para o grande salto representado pela escrita como tecnologia, ao permitir a conservação e o transporte dos enunciados para além dos limites da situação de sua enunciação. O *diferido* criou uma possibilidade inteiramente nova de comunicação, derrubando as anteriores barreiras espaço-temporais que isolavam os enunciados e, assim, dificultavam a sua comparação e crítica. Não apenas a tecnologia de comunicação, a escrita, ainda mais quando potencializada pela imprensa, representou, também, uma nova tecnologia intelectual, permitindo a acumulação e o processamento de informações e conhecimentos muito além dos limites da memória biológica dos seres humanos.

A invenção do telégrafo, rádio e do telefone, ao final do século XIX, deitou as raízes da era da comunicação eletrônica que representaria nova revolução tecnológica, trazendo, no seu bojo mais uma forma de enunciação. Se a escrita permitira, hipoteticamente, aos enunciados *percorrer* todas as distâncias entre os homens, isso já não era suficiente. A velocidade industrial impunha uma nova relação espaço-tempo, tratava-se, agora, de *anular* as distâncias. A transmissão do som codificado à velocidade da luz, por impulsos elétricos e ondas eletromagnéticas, permitiu a enunciação, em *tempo real*, suprimindo uma falha da tecnologia anterior: a *transmissão diferida* liberava o enunciado da situação de enunciação; mas, com isso, retirava-lhe o

contexto e a vida. A *transmissão direta*, comunicando, *ao vivo*, ao invés de retirar o enunciado da situação que lhe dá origem, transporta com ele o contexto da enunciação.

Além da possibilidade da enunciação, em tempo real, o século XIX assistiu ao alvorecer de uma nova concepção de escritura. A fotografia, o cinema e o fonógrafo propunham formas novas de registro das manifestações da natureza e das culturas humanas, capazes de captar de maneira simultânea e automática uma grande variedade de nuances e tons (de luz ou de som). No plano da linguagem, essas formas de registro mecânico (depois, aperfeiçoadas pela eletrônica) permitiram conservar e reproduzir, a qualquer tempo e lugar componentes analógicos da linguagem que, anteriormente, eram prisioneiros da situação da enunciação. Repetia-se, assim, agora com as linguagens analógicas, o salto que, anteriormente, a escrita possibilitara ao modificar a enunciação dos componentes digitais da fala.

O fenômeno novo, no entanto, demorou a ser percebido em todas as suas conseqüências. O rádio foi o primeiro artefato eletrônico a penetrar o espaço doméstico (SCHIFFER, 1991). Mas, o aparecimento da informação no rádio (e, mesmo depois, na televisão) foi apenas a manifestação precoce e incompleta de uma nova forma de conhecer e de comunicar que, ainda, estava por vir. A extensão da enunciação, em tempo real, aos limites do universo humano foi um processo lento e penoso de conquista de territórios. Mas, o tempo real, por si só, não configura completamente uma nova tecnologia intelectual. A digitalização das técnicas de comunicação e de processamento da informação, e sua interconexão, na grande rede, ainda mais recente, é que completariam a configuração do ambiente eletrônico de que o rádio e a TV se descobrem agora fazendo parte.

O modo eletrônico muda mais uma vez a natureza do uso da língua, como fez a chegada da escrita, nas sociedades orais (GOODY, 1988, p. 88). Em conseqüência, desloca, agora o papel da escrita enquanto tecnologia intelectual, tal como esta redefiniu o papel que a memória dos indivíduos possuía na oralidade. O imediatismo alargado à dimensão planetária, a percepção pontual do tempo, a participação, num hipertexto globalmente compartilhado, a objetificação da memória, o saber de tipo operacional, os critérios dominantes de eficácia, pertinência local, mudança e novidade, determinando o ca-

ráter descartável das mensagens são identificados por Pierre LÉVY, como definidores de um novo momento intelectual da civilização, caracterizado pela hegemonia do complexo informático-midiático, como tecnologia de conhecimento (1994, p. 160).

Com o advento da eletrônica, que tem sua origem no domínio da eletricidade (que já trouxe o rádio e a TV analógicos), e sua potencialização no digital, estaríamos vivendo a emergência de uma nova tecnologia intelectual, que pode ter um impacto tão grande ou maior (até porque é, incomensuravelmente, mais rápida e mais universal) do que a revolução anterior, marcada pelo surgimento da escrita e sua posterior potencialização na imprensa. A mudança é de tal ordem, que os próprios conceitos de rádio e televisão, ou da Internet como apenas uma outra mídia (à imagem e semelhança das anteriores) aparecem, agora, como formas antigas de pensar, que estão longe de dar conta da nova situação. Tudo o que conhecemos por mídia está sendo colocado em xeque por uma nova tecnologia intelectual. Podemos vislumbrar esse fenômeno num processo de *webergência*:

> O primeiro significado de *webergência* poderia ser a convergência tecnológica, tão esperada pelos usuários, onde o termo convergência é usado para se referir à combinação sinérgica de voz, telefone, dados, programas, música e vídeo numa única rede. O segundo significado, complementar, de *webergência*, significa emergência na web, em que o termo 'emergência', é trazido da Filosofia, da Teoria do Sistemas e das Ciências para descrever o desenvolvimento de sistemas complexos auto-organizados. Emergência poderia ser considerada virtualmente como uma nova entidade, gerada espontaneamente, quando várias entidades – de duas a um número infinito – estão trabalhando em colaboração. É bem sabido que a nova entidade (virtual) é maior do que a soma das entidades anteriores, que colaboraram na sua criação. (PALLOT & PRINZ, 2007)

Um retrato da significância da nova tecnologia intelectual que emerge, em nosso tempo, foi esboçado por Kevin Kelly, fundador da revista *Wired* (2005):

> Tecendo nervos feitos de vidro e ondas de rádio, nossa espécie começou a conectar todas as regiões, todos os processos,

> todos os fatos e noções numa grande rede. Dessa rede neural embrionária surgiu uma interface colaborativa para a nossa civilização, percebida como um artefato cognitivo com potência que excede qualquer invenção prévia. 'A Máquina' proporcionou um novo meio de pensar (busca precisa, memória total) e uma nova mente para uma velha espécie. Isso foi o começo. (KELLY, 2005)

Talvez ainda estejamos muito no começo da *webergência* para avaliar o que a mesma significa, pelo menos em relação à previsão de Marx & Engels, de que a evolução das forças produtivas entrariam em conflito e acabariam por transformar as relações de produção. Muito, provavelmente, não com a orientação proletária imaginada por eles, na época da Revolução Industrial, mas numa nova síntese adequada aos condicionantes contemporâneos. No campo da mídia, tal qual foi estruturado no Século XX, a contradição entre as relações de produção, baseadas na concentração creseente da propriedade pelo capital financeiro, com as forças produtivas, cada vez mais fora de controle desta concentração, torna-se eada vez mais, evidente na crise dos modelos de negócio vigentes:

> Em 2015, [...] você acessará o mesmo computador distribuído, acessando-o por telefone, PDA, laptop ou HDTV. Nos anos 90, os poderosos de então chamaram isso de convergência. Eles propagaram a imagem de múltiplos tipos de sinais entrando em nossas vidas através de uma caixa – uma caixa que eles esperavam controlar. Em 2015, esta imagem estará apagada. Na realidade, cada aparelho será uma janela desenhada de forma diferente que se agregará ao computador global. Nada converge. 'A Máquina' é uma coisa sem limites que tomará um bilhão de janelas para espiar por toda a parte. Isso é o que vamos enxergar no outro lado de qualquer tela. (KELLY, 2005)

O Rádio na Contra-Mão do Digital

Em sentido oposto, conservador, o modelo de rádio digital que se pretende implantar, no Brasil, está baseado no controle da emissão por parte dos atuais concessionários das ondas do rádio analógico

(AM e FM), e isso pretende ser feito justamente pela adoção de um *hardware* (a caixa controlada) que impeça ou que, pelo menos, *obstaculize*, o acesso à Internet a partir dos receptores.

Em discurso feito aos empresários do setor no 24º. Congresso Brasileiro de Radiodifusão, em maio de 2007, o ministro brasileiro das telecomunicações diz que ele próprio pertence ao setor econômico e deixa claro que o objetivo da digitalização é "trazer o fôlego para a radiodifusão brasileira competir com o progresso das telecomunicações". Em outras palavras, defende o modelo de negócio baseado no controle e exploração privados de concessões públicas das ameaças representadas pelas novas tecnologias. Em relação ao rádio, defende uma definição urgente do padrão brasileiro de rádio digital, que é disputado entre os sistemas americano, europeu e japonês, este já adotado no Sistema Brasileiro de TV Digital (COSTA, 2007).

Os empresários de rádio e TV, no Brasil, têm uma posição histórica em favor do sistema americano Iboc, o único que se dispuseram a testar em suas emissoras, conforme o Ministério das Comunicações. A principal vantagem, para eles, é manter as atuais concessões, ou seja, manter o espectro de radiofreqüência, sob o controle atual, pelo menos no que diz respeito às bandas de AM e FM, as únicas, atualmente, utilizadas com finalidade comercial no Brasil. O ministro elogiou, também, os testes, estes feitos por iniciativa do Estado e das universidades, com o sistema digital de ondas curtas que, a seu ver, pode vir a substituir os satélites, na radiodifusão, com menores custos (COSTA, 2007). A partir de sua fala, parece aberta a possibilidade do governo brasileiro optar pela adoção simultânea de dois sistemas, contemplando diferentes bandas, já que nenhum deles cobre todas elas (COSTA, 2007).

Se a digitalização do rádio continua a parecer inevitável, como já parecia há dez anos, e se o desaparecimento do rádio analógico continua a ser uma questão de tempo,a verdade é que a transição para o digital não tem ocorrido da forma como se previa, nos países que estão com o processo mais adiantado. Em primeiro lugar, a posição do rádio tradicional não foi, ainda, abalada pela concorrência das novas tecnologias, ao contrário do que ocorreu com a TV tradicional (aberta). Nos Estados Unidos, enquanto esta última perdeu já 50% de sua audiência do horário nobre para os concorrentes (principal-

mente TV paga e Internet), nos últimos 25 anos, a queda de audiência do rádio tradicional, de 1998 a 2005, registra um decréscimo de menos de 2%, e ele continua chegando a 93,7% da população com mais de 12 anos de idade. (THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2007).

Em segundo lugar, a troca dos receptores analógicos pelos digitais por parte do público tem sido muito mais lenta do que o esperado, o que dificulta a diminuição do seu custo, gerando um círculo vicioso, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Ocorre que o público não se sente motivado a adquirir um receptor digital, que pode ser até cem vezes mais caro do que o analógico, no caso do rádio portátil, pelas poucas vantagens que oferece. Apenas a melhora na qualidade do som, para ouvir uma mesma programação, não tem sido suficiente para justificar tal investimento. Até porque alguns problemas técnicos ainda não foram resolvidos: a transmissão digital, por exemplo, opera com um *delay* de oito segundos, em relação à analógica, o que dificulta bastante a sua utilização nas transmissões, ao vivo, que são um dos grandes atrativos do radiojornalismo atual.

A verdade é que a maior parte das promessas do rádio digital está longe de se concretizar: a oferta múltipla de programações e a interatividade ainda não aconteceram de forma significativa, fora dos laboratórios de testes. E a anunciada "plataforma multimídia" que estaria instalada, nos receptores digitais, considerada sensacional, há uma década, é uma telinha que acompanha o áudio com capacidade gráfica e de dados, ridiculamente, limitada em relação aos padrões atuais da Internet: mais parece com a dos receptores contemporâneos de FM analógico do que com o mundo digital acessado de forma cada vez mais fascinante, com a mobilidade do *laptop*, dos iPods, dos PDAs e do celular.

A decisão de cristalizar a evolução digital num *hardware* pouco elástico para acompanhar a velocidade presente, desta evolução, tomada já, há mais de uma década, com base nos padrões e nos interesses da indústria da radiodifusão daquela época, mostra cada vez mais os seus limites no novo contexto. Embora mais de mil emissoras de rádio já transmitissem AM e FM digital, nos Estados Unidos, em dezembro de 2006, esse número é proporcionalmente baixo, 7% do total das emissoras, e apenas 30% do público de rádio americano se

mostra interessado em migrar para a plataforma digital dessas bandas de freqüência.

Uma parte considerável do público, dos Estados Unidos, especialmente a mais jovem, prefere receber o áudio digital através de plataformas concorrentes, como *Webradios*, rádios por satélite, *podcasting*, PDAs e mp3. Com base nesses dados, algumas empresas de radiodifusão, como a gigantesca Clear Channel, começam a oferecer rádio por assinatura (a menos de três dólares mensais, contra dez dólares, em média, para a assinatura por satélite) para recepção por celular (THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2007). Para se viabilizar, economicamente, a produção de conteúdo em áudio digital precisa superar o comodismo do monopólio das bandas e se tornar competitivo no novo contexto.

Em tempos de *webmergência*, já não adianta chamar a polícia para excluir a concorrência não-autorizada, como propõe ainda o ministro Hélio Costa, no seu discurso aos empresários, em relação às rádios piratas (COSTA, 2007). Para especialistas em tecnologia como Kevin Kelly, não há futuro para a produção e difusão centralizada de conteúdo no novo contexto: "O conteúdo da *Web* está sendo produzido, diariamente, sem qualquer controle, por todos os seus milhões de usuários que, com isso, ensinam 'a Máquina' a pensar, segundo os princípios da Inteligência Artificial" (KELLY, 2005, p. 5). Dificilmente esse processo preservará muita coisa do modelo de negócio que sustentou a mídia analógica até o presente e que foi, até agora, garantido por um alto nível de regulamentação: "Independente do que a lei diga a respeito de a quem pertencem os códigos e os recursos computacionais, a propriedade se estabelece no uso. Os usuários vão sentir que eles são donos do que eles fazem crescer. Ao longo do tempo, é possível que a lei se transforme nessa direção." (KELLY, 2007b)

Como observa David Mindich (2005, p. 51), em relação ao jornalismo na mídia, já não há mais sentido nos *gatekeepers*, se as cercas estão derrubadas. Se a radiodifusão brasileira insistir em ficar de costas para os novos tempos, só vai enxergá-los quando já tiverem passado por ela. Nem os *hardwares* pensados para retardar a mudança, nem o modelo de negócio baseado no monopólio da audiência de massa têm como sobreviver muito tempo no novo contexto. É difícil calcu-

lar até que ponto a *webmergência* pode ser retardada, pelos obstáculos criados à inclusão digital, a partir do interesse de moldar o futuro a partir do passado. Mas, tudo indica, cada vez mais, que esse é um esforço inútil. Se a perspectiva das tecnologias intelectuais estiver correta, assim como o "poder feudal" não sobreviveu à escrita, o poder da velha mídia está com os dias contados, nos novos tempos da *webmergência*. Porque os principais obstáculos que esse poder coloca à chegada do novo são feitos de átomos, em tempos de *bits*, e, de controle centralizado, em tempos de redes colaborativas.

O Fosso Educacional, o Conservadorismo Editorial e o *Marketing* Imediatista

Os baixos índices de literacia, indicando analfabetismo funcional, mesmo em segmentos escolarizados, são problemas que têm sido detectados entre as camadas populares de muitos países, mesmo os desenvolvidos, e representam um obstáculo à sociedade da informação que requer investimentos pesados e, a longo prazo, para ser enfrentado. De acordo com a conceituação da Unesco, é considerada alfabetizada funcional a pessoa capaz de utilizar a leitura e escrita e habilidades matemáticas para fazer frente às demandas de seu contexto social e utilizá-las para continuar aprendendo e se desenvolvendo ao longo da vida. No Brasil, o Índice de Analfabetismo Funcional, que vem sendo medido pelo Instituto Paulo Montenegro, desde 2001, aponta uma tendência de melhora em alguns pontos percentuais até 2007, mas mesmo assim apenas 28% da população atinge o índice pleno que, em relação à leitura e escrita, "corresponde à capacidade de ler textos longos, orientando-se por subtítulos, localizando mais de uma informação, de acordo com condições estabelecidas, relacionando partes de um texto, comparando dois textos, realizando inferências e sínteses" (Instituto Paulo Montenegro, 2007).

O baixo índice de literacia entre a população, certamente, é uma das variáveis que dificulta a penetração do rádio informativo pois, como demonstra o estudo sociocognitivo de Van Dijk (2005; pp. 24-6), a compreensão das notícias envolve conhecimentos de vários tipos que são prévios a ela. Num mundo caracterizado pela abun-

dância (ou pelo excesso) de informação, as programações jornalísticas concorrem pela cada vez mais escassa atenção dos receptores (MEYER, 2007, p. 19). E o imediatismo, na gestão das empresas de mídia parece ter contribuído para agravar o problema, principalmente quando passa a atropelar os valores profissionais do jornalismo incentivado pela desregulamentação do setor, especialmente no que tange à radiodifusão (MINDICH, 2005, MEYER, 2007). Essa questão é particularmente evidente na forma como se desenvolveu a segmentação da audiência do rádio e a especialização das emissoras no Brasil.

Na década de 1970, Artur da Távola já identificava duas tendências que mais tarde se cristalizariam nos formatos de programação voltados para os setores populares e para a elite: as rádios de alta e de baixa estimulação. "A rádio de alta estimulação é "mobilizadora", com "uso de estímulos sonoros permanentes"; enfatiza a urgência, o esporte, o serviço e a comunidade; apóia-se em comunicadores individualizados, usa o humor e a descontração, personaliza o ouvinte; e, finalmente, "está próxima da cultura popular de base nacional". A rádio de baixa estimulação, ao inverso, é "desmobilizante", "com baixo uso de estímulos sonoros"; menos urgente, utiliza uma fala mais elaborada e distante do coloquial; seus comunicadores não são individualizados, nem o ouvinte personalizado, e o radiojornalismo trata de temas mais gerais; promove uma sensação de subida de *status* para seus ouvintes, através da seriedade e do distanciamento; por fim, "tende para uma cultura de classe média com base estrangeira" (TÁVOLA, 1976, p. 16).

Na década de 1980, o estudo de Maria Immacolatta Vassalo Lopes apontou para as conseqüências dessa forma de segmentação, tanto no que diz respeito à qualidade do conteúdo endereçado às classes populares, quanto aos seus efeitos para a incomunicação entre os diversos setores da sociedade:

> O discurso radiofônico popular se estrutura, como um todo, na diferença. Em relação ao discurso de massa burguês aparece como discurso de dominação, marcado por uma redução ou simplificação do discurso burguês 'sério' e confinado ao campo da 'distração'. Distrair é o principal objetivo, segundo seus produtores. Em segundo lugar, a matriz cultural das

> classes populares é que vai conferir especificidade ao discurso radiofônico popular. [...] A este respeito, nota-se que é generalizada nos setores médios e altos uma avaliação negativa dos programas populares [...]. Estes programas foram referidos como sendo de 'baixo nível', de 'mau gosto', 'sem utilidade', etc., demonstrando claramente o caráter de classe na recepção do rádio" (LOPES, 1988, pp. 108-9).

Além disso, em trabalho anterior, verificamos como, no pólo da produção, a existência de um público não-universal determina um critério diferenciado de seleção de notícias. Ao rádio informativo interessa a audiência "dos ricos" (da elite) e vai selecionar as informações que correspondem, de maneira mais imediata, aos interesses, preocupações, expectativas e valores que atribui ao público a que se dirige. Quanto mais rígida for esta orientação, maior a possibilidade de identificação do público "que interessa" com a emissora e maior, também, a possibilidade de dar as costas ao resto do público. Se esse público "que interessa" for suficientemente numeroso e endinheirado para atrair publicidade, nos níveis pretendidos pela emissora, o seu isolamento em relação ao conjunto da população pode chegar a extremos. Assim, numa metrópole, como São Paulo, as rádios informativas abordam uma greve nos transportes públicos a partir dos transtornos que vai causar no trânsito de automóveis, tratam a população de uma favela ou os presos de uma delegacia de polícia como "vizinhança indesejável" dos bairros de classe média e debatem as políticas de saúde e educação desde a ótica de quem pode pagar por esses serviços em instituições particulares (MEDITSCH, 2001).

Esse isolamento pode dar lugar, ainda, a outra distorção do caráter público do serviço de radiodifusão, e da própria vocação pública do jornalismo, na forma de uma *codificação* das informações:

> [...] mecanismo de controle de informações resulta da distribuição dos meios por diferentes públicos, admitindo-se diferentes graus de *complexidade* ou *profundidade* de mensagem. Em princípio, o bom jornalismo sustenta, e a vocação democrática corrobora, a tese de que qualquer informação pode ser transmitida a qualquer público, se utilizadas as técnicas adequadas. Ora, o que se propõe é exatamente o contrário: que a análise de questões como a inflação, ou de aspectos gerenciais

> da medicina de massa não *estão ao alcance* daqueles que mais sofrem com a inflação e mais procuram os postos de saúde. Através deste mecanismo, estabeleceu-se uma espécie de *codificação* da informação, no sentido que a palavra tem para os serviços secretos: fala-se de economia em economês para utentes desta linguagem particular. Denuncia-se toda tentativa de ampliação da área social de consumo da informação como deformadora da mensagem; quer-se uma imprensa de especialistas escrevendo para especialistas, um cinema para cinéfilos, uma música para melômanos. (LAGE, 1983, p. 41)

No contexto digital, o discurso sonoro do rádio estabelece não apenas uma interface com a realidade bruta. Constitui, também, uma das interfaces com que se relaciona com um hipertexto maior, que faz parte da realidade humana e ao mesmo tempo a expressa. A informação dos demais meios, e uma grande quantidade de saberes locais, produzidos em campos finitos de significação, podem ser acessados por meio de sua sinalização no discurso polifônico do rádio, embora esse acesso seja condicionado pelo fechamento do discurso, pelo corte epistemológico do gênero, pela especificidade retórica do meio e pela intenção do emissor, para além do interesse do receptor. Cada vez mais, a informação radiofônica se torna uma forma de "navegação" dirigida nesse hipertexto maior. Esse tipo de serviço ocupa cada vez mais espaço no discurso do radiojornalismo de qualidade, como SEMPRINI (1994, p. 149) já observou nos anos 90, do século passado, na France-Info:

> Não se trata tanto de fornecer o dado, mas de indicar onde encontrá-lo e como obtê-lo. É explorando esta atividade de intermediário que o rádio põe a conhecer uma vastíssima rede a todos os níveis da administração pública, a nível associativo e do voluntariado. [...] Há seguramente solução para qualquer problema, resposta para qualquer demanda, inclusive obviamente para aqueles que ainda não foram postos. A França aparece agora como um imenso *how to*, um sistema de complexidade tal que necessita a presença de um intermediário para poder interrogá-lo. France-Info é propriamente isto, um *smart agent* midiático da vanguarda, que orientou o seu fluxo pela disposição da audiência de orientar-se na nova sociedade da comunicação generalizada.

Dessa forma, a segmentação de audiência não representa um problema em si, e poderia estar sendo utilizada como um extraordinário instrumento de democratização, levando informação e conhecimento, em linguagem apropriada a despertar o interesse dos mais diversos grupos humanos às questões fundamentais para o exercício da cidadania. Há exemplos de meios de comunicação minoritários (sejam privados, públicos ou alternativos) que têm utilizado o recurso com essa intenção. Majoritariamente, no entanto, o que se vê é o uso da segmentação direcionado apenas à lógica publicitária, com o oferecimento de alternativas de informação e entretenimento consideradas "adequadas" às várias parcelas de público, que confirmam essa "adequação" por suas respostas de audiência e consumo. Essa lógica, que busca resultados econômicos a curto prazo, fez com que, por exemplo, as emissoras voltadas para público jovem tenham descartado a informação jornalística em suas programações. As empresas multimídia se ressentem hoje do envelhecimento do público do jornalismo, mas contribuíram com isso ao negligenciarem a necessidade de formação deste público.

É o mesmo caso do crescente uso criativo de recursos de linguagem visual e literária e, das várias formas de dramatização e espetacularização, que tem feito jornais tradicionais beberem das águas do sensacionalismo e se confundirem, cada vez mais, com veículos de entretenimento. Porém, é preciso o cuidado de observar que toda a pedagogia moderna é um esforço no sentido para encontrar estas formas facilitadoras de aprendizado, capazes de despertar o interesse pela informação e pelo conhecimento. O problema não está na emergência de formas mais agradáveis e sedutoras, essenciais na cada vez mais árdua disputa pela atenção, mas sim na intenção que orienta os conteúdos. Não está em tornar o importante mais interessante, mas no descompromisso com este importante, que reduz o eventual interesse pelo mundo ao que ele tem de imediatamente prazeroso e divertido (MEDITSCH, 2004; MINDICH, 2005).

A mesma situação se pode dizer da possibilidade do fornecimento de informação, em tempo real, que, para muitos, é uma novidade capaz de destruir todo o resto de racionalidade do jornalismo. Contudo, para quem acompanha o rádio, este é um recurso presente há mais de oitenta anos, e que não leva necessariamente à super-

ficialidade ou à simplificação. A informação em tempo real é uma necessidade social num mundo que se move em alta velocidade de maneira cada vez mais interdependente. No entanto, como no caso da espetacularização, o tempo real pode ser usado como um mero recurso de distração, ou mesmo como um disfarce para a falta de rigor, assim como também o pode o fluxo contínuo de informação nos meios eletrônicos, como aponta mais uma vez WOLTON (1995, pp. 170-172).

Em seus últimos escritos, também, Paulo Freire deixou uma crítica à linguagem da televisão (leia-se: do telejornalismo) que, segundo ele, utiliza "uma *sintaxe* que reduz a um mesmo plano o passado e o presente e sugere que o que ainda não há já está feito":

> Mais ainda, que diversifica temáticas no noticiário sem que haja tempo para a reflexão sobre os variados assuntos. De uma notícia sobre Miss Brasil se passa a um terremoto na China; de um escândalo envolvendo mais um banco dilapidado por diretores inescrupulosos temos cenas de um trem que descarrilou em Zurique. O mundo encurta, o tempo se dilui. O ontem vira agora; o amanhã já está feito. Tudo muito rápido. Debater o que se diz e o que se mostra e como se mostra na televisão me parece algo cada vez mais importante. (FREIRE, 2000, p. 109)

Hoje cabe também fazer esse debate questionando se esse tipo de sintaxe, originário de um dos sub-gêneros do rádio e da TV, e hoje, assumido em quase todas a mídia comercial, inclusive a impressa, não tem levado a um esvaziamento progressivo do interesse público pelas notícias. MEYER (2007) aponta a lucratividade fácil da mídia na era do monopólio como a principal causa do conservadorismo e da falta de criatividade que leva à crise dos jornais. O diretor editorial da Associação Nacional dos Jornais, Marcelo Rech, também observa esse conservadorismo no grupo profissional, observando que "não há nada mais conservador do que uma redação (RECH, 2007)".

Não resta dúvida que há uma certa fossilização das convenções jornalísticas e que esta não é observada apenas na mídia impressa. O mundo mudou, mas os critérios de noticiabilidade seguem os mes-

mos, tornando a cobertura cada vez menos relevante para o interesse do público. A singularidade repetida à exaustão, como na cobertura da violência de nossas grandes cidades, torna-se quase obscena. A cobertura política segue com a lógica esportiva da corrida de cavalos entre os disputantes do poder formal, passa ao largo da definição das políticas públicas que afetam a população e já não chega perto do poder real, que cada vez se transfere em maior grau para o setor privado.

Desinformação e Sociedade do Conhecimento

Essas variadas formas de desinformação, que persistem e se ampliam, no coração mesmo da nova "sociedade da informação", requerem um maior estudo para a compreensão detalhada dos mecanismos de facilitação do acesso e de obstacularização da informação e do conhecimento, através das interfaces sócio-cognitivas estabelecidas nos campos jornalístico e midiático contemporâneos. Na Universidade, o campo das Ciências da Comunicação evoluiu muito em termos acadêmicos, e em grande parte isso se deve ao aporte trazido das ciências humanas pelos colegas oriundos de disciplinas mais tradicionais que escolheram este campo para atuar.

No entanto, a hegemonia desse grupo em nossa pesquisa nos afastou da vocação original de ciência aplicada que justifica o campo, e com isso também do enfrentamento dos problemas concretos do campo profissional. Infelizmente, essa perda não foi compensada por uma maior performance da área numa perspectiva intelectual, no velho sentido gramsciano. O fim da guerra fria, a perplexidade com a atuação da esquerda no poder, no Brasil, e a vitória avassaladora do neoliberalismo tiraram o ímpeto de nossa atuação como intelectuais na sociedade brasileira.

A Agenda de Tunis, que deu continuidade à Conferência de Cúpula de Genebra, sobre a sociedade da informação, recomenda:

> [...] a promoção do uso dos meios de comunicação tradicionais e novos para fomentar o acesso universal à informação, à cultura e ao conhecimento em favor de todas as pessoas,

> sobretudo tratando-se de populações vulneráveis e de países em desenvolvimento, mediante a utilização, entre outras coisas, do rádio e da televisão como instrumentos educativos e de aprendizagem; a reafirmação da independência, do pluralismo e da diversidade dos meios de comunicação e da liberdade de informação incluindo, quando for o caso, o desenvolvimento das legislações nacionais. Reiteramos nosso chamamento para uma utilização e chamamento para uma utilização e tratamento responsáveis da informação pelos meios de comunieação em conformidade com as normas étieas e profissionais mais elevadas. Reafirmamos a necessidade de reduzir o desequilíbrio internacional que afeta os meios de comunicação, particularmente no que se refere à infra-estrutura, recursos técnicos e desenvolvimento de competência humana. (CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, 2005)

A crise do jornalismo, que se defronta com os desafios acordados, internacionalmente para o a era da informação, requer que recuperemos o duplo papel, de pesquisadores que sujem as mãos na realidade para melhorá-la, tanto no ponto-de-vista mais imediato, recriando técnicas e processos que se tornaram ineficazes, quanto no ponto de vista crítico e utópico, de afirmar a necessidade e a possibilidade de transformação das estruturas para viabilizar a inclusão das maiorias na sociedade do conhecimento.

Referências

ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofónica**. Barcelona, Gustavo Gilli, 1980.

DEL BIANCO, Nélia R. "Radiojornalismo em mutação". **Tese de Doutorado**. São Paulo, ECA-USP, 2004.

COSTA, Hélio. Discurso do Ministro das Comunicações ao 24. Congresso Brasileiro de Radiodifusão. Online. Disponível em www.mc.gov.br. Acesso em 14/09/2007.

CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Genebra 2003, Túnez 2005. Agenda de Túnez para la Sociedad de La Información. Online. Disponible em http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6revi-es.html Acessado em 07/01/2008.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis**: understanding new media. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Indignação**. São Paulo, Editora Unesp, 2000.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia dos Sonhos Possíveis**. São Paulo, Editora Unesp, 2001.

GOODY, Jack. **Domesticação do Pensamento Selvagem.** Lisboa: Presença, 1988.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO. Indicador de Analfabetismo Funcional. Online. em http://www.ipm.org.br/ipmb_pagina.php?mpg=4.02.00.00.00&ver=por Acessado em 08/01/2008

KELLY, Kevin. We are the Web. **Wired**, 13 agosto 2005. Disponível em http://www.wired.com/wired/archive/13.08/tech.html Acessado em 13/06/2007.

KELLY, Kevin The Maes-Garreau Point: on-line. Disponível em http://www.kk.org/thetechnium/index.php Acessado em 15/06/2007.

KELLY, Kevin. Onwership Is Use. Disponível em http://www.kk.org/thetechnium/archives/2007/02/onwership_is_us.php Acessado em 17/06/2007.

LAGE, Nilson Assimetria nas relações de poder no seio da instituição produtora de informação e gate keeping.In **Comunicação & Política** Vol. 1 (2). Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era informática. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 3ª edição. São Paulo: Loyola, 2000.

LEWIS, Peter; BOOTH, Jerry. **El medio invisible**: radio pública, privada, commercial y comunitaria. Barcelona, Paidós, 1991.

LOPES, Maria Immacolata. **O rádio dos pobres**: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. São Paulo, Loyola, 1988.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 20ª Edição São Paulo: Cultrix, 2005.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na Era da Informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular/Ed. da UFSC, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. Palavras, jornalismo, mídia, poder e cidadania: uma reflexão em meio à crise de referências da nova ordem internacional. In SOUSA, Jorge Pedro. **Jornalismo de Referência.** Porto, UFP, 2004, p. 61-70.

MEDITSCH, Eduardo; RIBEIRO, Ângelo Augusto. O futuro no passado: o rádio e a TV digitais na contramão da webmergência. Comunicação & Sociedade 48. São Bernardo, Umesp, 2. semestre de 2007 p. 137-157.

MEYER, Philip. Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.

MINDICH, David. **Tuned Out: Why Americans under 40 don't follow the news.** Oxford: Oxford Uiversity Press, 2005.

MINGES, Michael 2003 Indicadores de acceso para la sociedad de la información. Genebra, UIT, 2003. Online. Disponível em www.infoamerica.org Acesso em 25/6/2004.

ONG, Walter. **Orality and literacy**: the technologizing of the word. London: Routledge, 1982.

PALLOT, Marc; PRINZ, Wolfgang (2007). Ecospace: Towards an Integrated Collaboration Space for eProfessionals. On-line. Disponível em http://www.nesc.ac.uk/action/esi/download.cfm?index=3481. Acessado em 17/06/2007.

RECH, Marcelo. O que é preciso pesquisar. Palestra. Simpósio de Pesquisa Avançada em Jornalismo da Região Sul. Florianópolis, Posjor UFSC, 2007. Vídeo.

SCHIFFER, Michael Brain. **The portable radio in the american life.** Tucson: The University of Arizona Press, 1991.

SEMPRINI, Andréa **Il flusso radiotelevisivo**: France Info e CNN tra informazione e attualitá. Torino, Rai/Nuova Eri.1994

STRAUBHAAR, Joseph; LaROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TÁVOLA, Artur da. Um veículo forte, à espera de programas criativos e populares. In Rádio/Jornalismo – **Cadernos de Jornalismo** n.1. Porto Alegre, Sindicato dos Jornalistas, 1976.

THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM . The State os the News Media 2004: An Annual Report on American Journalism. New York, Columbia University. Online.Disponível em www.stateofthenewsmedia.org Acesso em 21/6/2004

THE PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. The State of News Media 2007: an annual report on American journalism. On-line. Disponível em: http://www.stateofthenewsmedia.org/2007 . Acessado em 10 junho 2007.

VAN DIJK, Teun. Notícias e Conhecimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Vol 2 N. 2. Florianópolis, Posjor UFSC, semestre 2/2005 pp. 13-30.

WOLTON, Dominique. contradições do espaço público mediatizado.in MESQUITA, M. (org) **Comunicação e Política**. Lisboa, Cosmos, 1995.

Parte IV

Emblemas e Paradigmas para a Democratização Midiática

O Prêmio e o Patrono[60]

MARIA CRISTINA GOBBI[61]

Introdução

Instituído em 1997, quando da comemoração dos 20 anos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em Santos (SP), o "Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" faz uma homenagem ao pioneiro da pesquisa científica sobre os fenômenos da comunicação nas universidades brasileiras. Beltrão também foi o fundador do primeiro centro acadêmico na-

60. Este documento faz parte do Relatório apresentado na Reunião Conjunta da Diretoria da Intercom e do Júri do "Prêmio Luiz Beltrão", realizada em 10 de dezembro de 2007, em São Paulo, durante o Sinacom 2007.

61. Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano "José Marques de Melo" e do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Professora do Programa *Lato Sensu* em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e da graduação da mesma Instituição, Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

cional de estudos midiáticos, o Instituto de Ciências da Informação (Icinform), da Universidade Católica de Pernambuco, em 1963, editor da primeira revista brasileira de ciências da comunicação (*Comunicações & Problemas*, 1965) e primeiro doutor brasileiro em Ciências da Comunicação (UnB – Universidade de Brasília, 1967). E, este ano, juntamente com os 30 anos da Intercom, o Prêmio comemorou uma década de existência.

A Intercom, promotora do Prêmio, é uma sociedade representativa dos pesquisadores, profissionais e estudantes da área comunicacional brasileira junto à comunidade científica nacional, como a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e aos fóruns internacionais das Ciências da Comunicação, dentre os quais podemos citar: International Association for Media and Communication Research (IAMCR); Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC); Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (Lusocom) e Associação Ibero-Americana de Comunicação (AssIBERCOM). Reunindo mais de setecentos sócios, mantém duas dezenas de núcleos de pesquisa, edita publicações e promove congresso anual, colóquios e seminários. Com o Prêmio, a entidade reconhece a qualidade do trabalho acadêmico individual e coletivo, realizado nas universidades e/ou nos centros de pesquisa do Brasil, sinalizando para as novas gerações os pesquisadores e/ou às instituições que oferecem contribuições relevantes à área.

Tem como públicos-alvo pesquisadores, professores, estudantes e demais interessados no trabalho acadêmico e nos rumos da pesquisa na área da Comunicação Social.

Prêmio Luiz Beltrão

O Prêmio é concedido, anualmente, em quatro categorias distintas, sendo duas para personalidades e duas para instituições. Assim:

Institucional

1. **Instituição paradigmática** – ONGs, empresas ou órgãos

públicos que tenham se notabilizado pelo estudo de fenômenos comunicacionais;

2. **Grupo inovador** – núcleos de pesquisa que se destacam pela capacidade de inovar na construção de idéias ou na geração de produtos comunicacionais.

Personalidades

1. **Maturidade Acadêmica** – pesquisador-sênior que tenha obtido reconhecimento nacional e/ou projeção internacional pelo conjunto de sua obra;

2. **Liderança emergente** – jovem doutor, diplomado, há pelo menos cinco anos, que esteja adquirindo projeção local e/ou regional pela capacidade de liderar equipes ou coordenar projetos relevantes;

As candidaturas são propostas pela comunidade acadêmica, por meio de ficha de indicação, disponível no *site* da Intercom. Participam do processo de indicação os sócios da Intercom, bem como diretores de faculdades ou coordenadores de cursos de graduação e pós-graduação em Comunicação, institutos de pesquisa, outras entidades da área e a sociedade civil. A partir de 2008, também serão consultados, formalmente para que façam suas indicações ao Prêmio os presidentes de sociedades científicas da área, coordenadores de núcleos de pesquisa, programas de pós-graduação, cursos e departamentos de comunicação do Brasil.

O júri é composto por membros natos (presidente e ex-presidentes da Intercom) e membros mandatários (vencedores do prêmio em anos anteriores, na categoria de Maturidade Acadêmica). Em 2007, esse grupo esteve representado por Anamaria Fadul, Gaudêncio Torquato, Margarida Kunsch, Manoel C. Chaparro, Adolpho Queiroz, Maria Immacolata V. Lopes, José Salvador Faro, Cicilia M. Krohling Peruzzo e Sonia Virginia Moreira, pelo atual presidente da entidade, José Marques de Melo, e pelos vencedores do "Prêmio Luiz Beltrão", na Categoria "Maturidade Acadêmica", Moacir Pe-

reira (1998), Sérgio Capparelli (1999), Sérgio Mattos (2000), Muniz Sodré (2001), Antonio Costela (2002), Carlos Eduardo Lins da Silva (2003), Ana Arruda Callado (2004), Murilo César Ramos (2005), Adísia Sá (2006) e Antonio Hohlfeldt (2007), como mandatários.

Os Vencedores do "Prêmio Luiz Beltrão", de cada ano, participam Simpósio de Pesquisa Avançada em Comunicação – "Trajetórias intelectuais e histórias de vida de lideranças comunicacionais", que acontece durante o encontro anual da Intercom. Os laureados nas várias edições do Prêmio até o ano de 2007 foram:

Instituição Paradigmática

Ano	Laureados
1998	Cinemateca Brasileira (São Paulo)
1999	UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação Social (São Paulo)
2000	OBORÉ – Projetos Especiais em Comunicações e Artes (ONG, São Paulo)
2001	Editora Vozes (Petrópolis, RJ)
2002	Escola de Comunicação e Artes da São Paulo (ECA/USP– São Paulo)
2003	FAMECOS – Faculdade dos Meios de Comunicação Social (PUCRS – RS)
2004	Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC – SC)
2005	FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (São Paulo – SP)
2006	EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Brasília – DF) e Faculdade de Comunicação e Artes da PUC-Minas (PUCMG – MG)
2007	Faculdades Cásper Líbero (São Paulo)

Grupo Inovador

Ano	Laureados
1998	Núcleo de Pesquisa e Extensão da Comunicação (UFES)

1999	Núcleo de Pesquisa em Telenovelas (USP)
2000	Grupo de Trabalho (GT) de Rádio da INTERCOM (UnB)
2001	ACESSOCOM (ONG, Porto Alegre)
2002	Projeto Telejornal On-Line (UERJ)
2003	EPTIC – Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação.
2004	Centro de Documentação da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa – Portcom – Revcom – SP
2005	NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP – São Paulo – SP)
2006	Cadernos de Comunicação – Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro (RJ)
2007	Canal Futura – Rio de Janeiro

Maturidade Acadêmica

Ano	**Laureados**
1998	Moacir Pereira (UFSC)
1999	Sérgio Capparelli (UFRGS)
2000	Sérgio Mattos (UFBA-UNIBA)
2001	Muniz Sodré (UFRJ)
2002	Antonio Costella (UniFiam – SP)
2003	Carlos Eduardo Lins da Silva (São Paulo – SP).
2004	Ana Arruda Callado (UFRJ – RJ)
2005	Murilo César Ramos (UnB – DF)
2006	Adísia Sá (UFC – CE)
2007	Antonio Hohlfeldt (PUCRS – RS)

Liderança Emergente

Ano	**Laureados**
1998	Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS – RS)
1999	Sérgio Carvalho (UFSM – RS)
2000	Francisco Rüdiger (PUCRS/UFRGS – RS)

2001	Juremir Machado da Silva (PUCRS/UFRGS – RS)
2002	José Benedito Pinho (UFV – MG
2003	Eduardo Meditsch (UFSC – SC)
2004	Jacques Alkalai Wainberg (PUCRS – RS) e Graça Targino (UFPI – Teresina – PI)
2005	Giovandro Marcus Ferreira (UFBA – BA) e Raquel Paiva (UFRJ – RJ)
2006	Elias Machado (UFSC – SC)
2007	Alfredo Vizeu (UFPE – PE)

Patrono

Luiz Beltrão de Andrade Lima, nascido em 8 de agosto de 1918, religioso fervoroso, quando jovem sonhava ser padre. Filho de Francisco Beltrão de Andrade Lima, cirurgião-dentista, e de Maria Amália de Andrade, de família classe de média. Desde criança, teve na religiosidade uma fonte de inspiração. Em 1930, entrou para o Seminário de Olinda. Dessa forma, por algum tempo, seus escritos estavam centrados no campo religioso.

Influenciado pelo Padre Costa, diretor do Seminário, Beltrão descobre que sua grande vocação encontra-se fora dos portões do seminário. O desejo grande de liberdade, de contato com pessoas, a curiosidade em descobrir e conhecer melhor os mistérios do comportamento humano eram quase infinitos. As diferenças entre o mundo em que vivera e o que se descortinava, fez com que Luiz Beltrão encontrasse, no Jornalismo, um novo horizonte.

O *Diário de Pernambuco*, em 1936, no cargo de revisor, foi seu primeiro contato com a nova profissão. "Dois dias após, foi *promovido*, como gostava de ironizar o próprio Beltrão, designado para as funções de arquivista de clichês. Em seguida, passou a tradutor de telegrama e, depois disso, tornou-se repórter"[62]. "Sua formação humanística contribuiu para ressaltar a habilidade de escrever, a

62. TARSITANO, Paulo Rogério. **Luiz Beltrão Vida e Obra**. Trabalho de curso, p. 3. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino Americano, em 1998, disponível na Cátedra Unesco de Comunicação, no Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano.

sensibilidade do escritor, a personalidade criativa, a inquietação do observador"[63]. Qualidades que o levaram à profissão de jornalista, recebendo o registro em 1940.

Atuou em rádio, revistas, agências e assessoria de imprensa, acumulando experiência que incluiu passagens pelo DIP, e pela presidência da Associação de Imprensa de Pernambuco e sua participação na criação do Sindicato dos Jornalistas Profissionais. Também trabalhou em diversos jornais, como *Diário de Pernambuco, Correio do Povo* e *Jornal Pequeno*, nas agências de notícias *Asa Press* e *France Press* e nas revistas *Tudo, Guanabara Press, São Paulo Press* e *Capibaribe*. Exerceu a profissão durante quase 30 anos.

Mas seu espírito inquietante, sempre disposto a novos desafios, não parava. Beltrão se destacou tanto por sua capacidade profissional quanto por sua grandeza intelectual. Suas qualidades não passaram despercebidas. Toda sua carreira foi marcada pela inovação, espírito de luta, responsabilidade e determinação.

As contribuições de Luiz Beltrão caminharam por diversos segmentos da comunicação e do jornalismo. Escrevendo, estimulando as novas gerações de pesquisadores, desenvolvendo cursos, formulando teorias e, principalmente, sua preocupação com o homem excluído do cenário comunicacional.

O "Icinform" foi instalado em 13 de dezembro de 1963, durante a formatura da primeira turma de bacharéis em Jornalismo da UNICAP – Universidade Católica de Pernambuco –, com o propósito de congregar os interessados pelos estudos, pesquisas e práticas na área de comunicação coletiva, além de buscar alternativas de integração entre a Universidade e os profissionais da área do Jornalismo, realizando pesquisas, promovendo atividades de extensão cultural, entre muitas outras.

O dinamismo do professor Luiz Beltrão frente ao Instituto permitiu uma ampliação do curso de Jornalismo da Unicap e, também, um estreitamento no contato com universidades e centros de estudos

63. NAVA, Rosa. **Pensamento Comunicacional Latino-Americano: Luiz Beltrão.** Trabalho de curso, p. 8. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, em 1998, disponível na Cátedra Unesco de Comunicação, no Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano .

estrangeiros, tais como: Universidade de Concepción (Chile), Católica do Peru (Lima), Vera Cruz (México) e Guayaquil (Equador).

Também foi de Luiz Beltrão a iniciativa de criação da primeira revista acadêmica de comunicação editada, no Brasil, – *Comunicação & Problemas*. A edição inicial foi publicada em março de 1965. A Revista foi pioneira nos estudos e pesquisas de Comunicação no país, e até 1966 foi a "única no gênero, no Brasil, dedicada com exclusividade ao estudo objetivo das ciências da informação pública[64]". Com periodicidade quadrimestral deixou de circular após doze fascículos, em 1969.

Os estudos de Folkcomunicação estão ligados diretamente à trajetória desenvolvida pelo professor Luiz Beltrão. Primeiro doutor em comunicação no Brasil, sua tese sobre Folkcomunicação, foi defendida em 1967, na Universidade de Brasília. Embora seu título só tenha sido reconhecido somente 14 anos mais tarde.

Seu pioneirismo no tratamento das teorias da comunicação, levando em conta as tradições populares, definiu as linhas mestras de interpretação de uma ciência já conhecida e difundida. Beltrão analisava a comunicação popular como manifestações comunicacionais dentro de um determinado grupo cultural. Sua perspicácia leva-o a mostrar a Folkcomunicação como um potencial estratégico para o diálogo com e entre as classes marginalizadas e não apenas como "objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária".

Em 24 de outubro de 1986, o país perde um dos mais brilhantes cientistas sociais do século passado. Morre Luiz Beltrão, mas vive seu legado: uma importante produção acadêmica e literária. Além de seus vinte livros, diversos artigos, ensaios, pesquisas e apostilas, organizou o currículos de diversas faculdades por todo Brasil. Ministrou cursos nas áreas do Jornalismo, relações públicas, opinião pública e ensino de comunicação. Dedicou sua vida ao ensinar, aprender e discutir Jornalismo e Comunicação, duas de suas grandes paixões intelectuais.

64. **Comunicação & Problemas, 1966**

Patrocinadores e Apoio Operacional ao Prêmio

Os subsídios financeiros e institucionais ao "Prêmio Luiz Beltrão" são garantidos por instituições parceiras que sediam o Prêmio, anualmente, durante os encontros da Intercom. Até 2007, citamos: (1998) AIP/ Associação de Imprensa de Pernambuco, em parceria com o Governo e Assembléia Legislativa de Pernambuco e a Prefeitura e Câmara Municipal do Recife, Recife, PE; (1999) UGF – Universidade Gama Filho – Rio de Janeiro, em parceria com a ABL – Academia Brasileira de Letras, Rio de Janeiro, RJ; (2000) Universidade do Amazonas, em parceria com as Faculdades Objetivo e Faculdades Nilton Lins de Manaus, Manaus, AM; (2001) Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (UNIDERP), Campo Grande, MS; (2002) Universidade Estadual da Bahia (UNEB), Salvador, Bahia; (2003) Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC/MG), Belo Horizonte, MG; (2004) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS), Porto Alegre, RS; (2005) Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ; (2006) Universidade de Brasília e 2007 da Universidade Católica de Santos (SP).

Finalmente, temos recebido o apoio operacional da Cátedra UNESCO/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, que oferece a base operacional necessária para a gestão do "Prêmio Luiz Beltrão".

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Instituição Paradigmática[65]

MARIA CRISTINA GOBBI[66]

1998
Cinemateca Brasileira (São Paulo)
http://www.cinemateca.com.br/

A Cinemateca Brasileira tem suas origens, no início da década de 1940, quando intelectuais como Paulo Emílio Salles Gomes, Décio de Almeida Prado e Antonio Candido de Mello e Souza, então jovens estudantes da Faculdade de Filosofia da Universidade de São

65. Alguns perfis estão disponíveis no Portal "Luiz Beltrão", no *site*: www.metodista.br.

66. Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano "José Marques de Melo" e do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Professora do Programa *Lato Sensu* em Comunicação

Paulo, criaram um Clube de Cinema. Fechado, posteriormente, pela polícia do Estado Novo, a idéia de uma instituição semelhante aos arquivos de filmes que se organizavam, desde 1935 na Europa e nos Estados Unidos, renasceu num segundo clube de cinema que, em 1949, se tornaria a Filmoteca do Museu de Arte de São Paulo, futura Cinemateca Brasileira.

Embora enfrentando dificuldades econômicas, ao longo de cinco décadas, o trabalho da Cinemateca se impôs ao reconhecimento nacional e internacional. A instituição foi incorporada ao Governo Federal, em fevereiro de 1984, mantendo sua autonomia administrativa, e é membro efetivo da Fédération Internationale des Archives du Film (FIAF), desde 1949.

A Cinemateca Brasileira, além de possuir um acervo de imagens em movimento e um centro de documentação, é um pólo de informações e de difusão da cultura cinematográfica. Suas principais finalidades são: a restauração e a preservação da produção cinematográfica nacional em seu conjunto, com especial ênfase na conservação dos registros de imagens em movimento produzidos contemporaneamente e a documentação, a pesquisa e a difusão do cinema em todas as suas manifestações.

1999

UCBC - União Cristã Brasileira de Comunicação Social

http://www.ucbc.org.br

A UCBC é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, com sede em São Paulo, que congrega profissionais, estudantes, pesquisadores,

da Universidade Metodista de São Paulo e da graduação da mesma Instituição, Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

professores de comunicação e a mídia impressa secular e religiosa. O principal objetivo é estimular a divulgação da mensagem cristã nos diferentes espaços e meios de comunicação social.

Fundada a 18 de julho de 1969, a entidade cumpriu um importante papel na luta pela redemocratização do país. Busca, agora, estimular de todas as formas, os ideais cristãos e humanitários nos diferentes meios de comunicação, bem como promover o estudo, a análise e o debate construtivo sobre os fenômenos sociais e culturais contemporâneos a partir do lugar da comunicação.

A UCBC é constituída de sócios individuais (pessoas físicas) e sócios institucionais (pessoas jurídicas) que, estando em dia com as suas obrigações estatutárias, recebem mensalmente a Revista Interação, com artigos e informações variadas sobre comunicação. Além disso, os associados são beneficiados com taxas reduzidas em eventos culturais e científicos promovidos pela entidade.

Tem procurado sempre oferecer uma ampla gama de serviços aos seus associados e à comunidade em geral. Nesse sentido, já realizou 19 Congressos Nacionais e 2 Internacionais de Comunicação, promoveu cursos e seminários, programas de capacitação profissional, produção de vídeos, edição de livros e desenvolveu o paradigmático Projeto LCC (Leitura Crítica da Comunicação). Além disso, promove um construtivo diálogo com as Igrejas Cristãs e entidades ligadas à defesa de valores éticos, solidários e das comunidades excluídas.

No Brasil, ela representa a Union Catholique International pour la Presse (UCIP), entidade que reúne comunicadores de todo o mundo e tem sua representação latino-americana na Unión Católica Latinoamericana de Prensa (UCLAP). É associada da *World Association for Christian Communication* (WACC), com a qual promove um constante intercâmbio, e com a Associação Brasileira das Organizações Não-Governamentais (ABONG).

Com um regulamento próprio e atividades específicas inspiradas e reguladas pelo Estatuto da UCBC, de quem seus membros são associados de pleno direito, a Entidade abriga dois organismos anexos: a Rede Brasileira de Jovens Comunicadores, integrada principalmente por profissionais, estudantes e agentes de comunicação até 35 anos, e a Rede Católica de Imprensa, que congrega particular-

mente jornais, revistas e outras publicações de cunho cristão-católico: Programa de Capacitação a Distância e Presencial em Comunicação Impressa; Programa de Capacitação a Distância e Presencial em Comunicação Radiofônica (em elaboração); Mutirão Brasileiro de Comunicação; Cursos na área de Comunicação Pastoral; Parceria na produção do texto sagrada "Atos dos Apóstolos" em CD; Casa da Comunicação.

2000

OBORÉ – Projetos Especiais de Comunicações e Artes (ONG, São Paulo)

http://www.obore.com/

OBORÉ
Projetos Especiais em Comunicações e Artes

A OBORÉ é uma empresa prestadora de serviços que, desde 1978, faz e ensina a fazer comunicação popular. Nos seus primeiros 15 anos, concentrou-se na área da imprensa sindical, produzindo jornais, boletins, revistas, campanhas e consultoria de planejamento de comunicação para sindicatos de trabalhadores urbanos. Nos últimos dez anos passou a desenvolver projetos de comunicação de rádio e atuar na área rural.

Constitui, em 1994, o Núcleo de Criação, Produção e Distribuição de Programas Especiais para Rádios Cidadãs e cria, em parceria com a Datagraph Engenharia – empresa especializada em mapas e georreferenciamento – um Centro de Elaboração de Projetos de Engenharia para Radiodifusão.

Além de criar, produzir e distribuir conteúdos radiofônicos, sob a forma de reportagens ou programas, o Núcleo de Rádio responde pela metodologia de desenvolvimento de redes alternativas de comunicação em rádio e na montagem e administração de Redes Temáticas de Parceria. Os temas prioritários são: educação, saúde, meio ambiente, agricultura familiar, desenvolvimento local, direitos (especialmente das crianças) e música brasileira – projetos realizados em

parceria com órgãos governamentais como Ministério da Educação, Comunidade Solidária, Ministério da Saúde, organismos internacionais como PNUD, BIRD, União Européia, Cátedra UNESCO de Comunicação para Desenvolvimento Regional, além da Faculdade de Saúde Pública e a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, CONTAG / Movimento Sindical dos Trabalhadores Rurais, Aché Laboratórios Farmacêuticos, Sintofarma / Solvay, Tramontina, Associação Mundial das Rádios Comunitárias (AMARC) e milhares de emissoras de rádio, sobretudo de pequeno e médio porte, localizadas em todo o Brasil.

Chamada a participar da equipe de capacitadores do projeto Educom.rádio, responde pelo bloco "Políticas de Comunicação e Participação Popular" e pelo eixo temático "Saúde e Comunicação". Coordenado pela Secretaria Municipal da Educação de São Paulo e Núcleo de Comunicação e Educação da ECA / USP, o projeto tem a meta, entre 2001 e 2004, de capacitar 9100 profissionais, 25 em cada uma das 484 escolas de ensino fundamental do município.

Em 2002, a OBORÉ foi convidada pela Cátedra Unesco de comunicação para integrar o Conselho Editorial da Rede Comsaúde (pesquisadores das áreas de Saúde, Comunicação e Educação) e a coordenar a organização da VI Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde, que foi realizada em outubro de 2003.

O Núcleo de Cursos da OBORÉ desenvolve, desde 1994, o Projeto Repórter do Futuro, para oferecer alternativas de autodesenvolvimento e incentivo às carreiras dos estudantes que efetivamente desejam ser bons jornalistas. São Cursos de Complementação Universitária que mostram ser possível contribuir, desde já, para o desenvolvimento da sensibilidade, empenho, criatividade e capacidade de realização dos estudantes. A coordenação do PR do Futuro conta com a presença, trabalho, idéias e sugestões dos integrantes de seus dois Conselhos: Universitário e de Orientação Profissional.

2001

Editora Vozes (Petrópolis, RJ)

http://www.vozes.com.br

A Editora Vozes[67], conhecida empresa editorial de Petrópolis (RJ), dirigida por Frei Antonio Moser, foi fundada há mais de cem anos por frades franciscanos. Mantém coleções de livros dedicados à problemática da comunicação, no mundo contemporâneo, e edita a *Revista Cultura Vozes*, na qual, freqüentemente, divulga ensaios sobre temas comunicacionais.

O envolvimento inicial da Vozes com o universo comunicacional ocorreu a partir de 1970, por influência de Clarencio Neotti, que incentivaria a publicação de livros sobre as temáticas comunicacionais. Vários pensadores da Comunicação ganharam amplitude nacional ao terem seus livros publicados por ela. Destacam-se, entre eles, os brasileiros Luiz Beltrão, Mário Erbolato, Adisia Sá, Marcelo Azevedo, José Marques de Melo, Muniz Sodré, Nilson Laje, Antonio Fausto Neto, Juremir Machado, Cicilia M. Krohling Peruzzo, Raquel Paiva e Nivaldo Pessinatti, além dos estrangeiros Herbert Schiller, Juan Beneyeto, Abhaham Moles, Armand Mattelart, Bernard Miège e Régs Debray, entre outros.

2002

Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP – SP)

http://www.eca.usp.br

67. Revista **Comunicação & Sociedade**, Nº 36, Ano 23. São Bernardo do Campo: UMESP, 2001).

A Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo[68] – ECA/USP – é uma instituição pública de ensino superior voltada à formação de profissionais e pesquisadores nas áreas das comunicações e das artes e à produção de conhecimentos científicos, por meio de seus laboratórios e núcleos de estudos. Compõe-se de oito departamentos e da Escola de Arte Dramática (EAD). Oferece 21 cursos regulares na área de graduação, 13 deles voltados às Artes e 8 às Comunicações.

Foi pioneira na formação de profissionais de comunicação sintonizados com as demandas da nascente indústria cultural brasileira, implantando modernos laboratórios didáticos. Foi a primeira universidade nacional a manter programas permanentes de pós-graduação em Ciências da Comunicação, iniciando em 1967 o Doutorado e criando em 1972 o Mestrado. Nesses 38 anos de atividades, a instituição vem desempenhando o papel de "incubadora" de novos cursos de graduação e pós-graduação e "revitalizadora" de antigos programas de ensino e pesquisa na área da comunicação social. Responsável, no final da década de 1980, por mais de 48% da produção comunicacional na academia brasileira.

Sede da Intercom: Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 / 05508-900 – São Paulo, SP Brasil

2003

FAMECOS - Faculdade dos Meios de Comunicação Social (PUCRS)

http://www.pucrs.br/famecos/

A Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS/PUCRS – teve início em 1949, quando houve pressão de profissionais, entida-

68. Material disponível no *site*: http://www.eca.usp.br, pesquisado em abril de 2008 e na Revista **Comunicação & Sociedade**, nº 38, Ano 24. São Bernardo do Campo: UMESP, 2002.

des e empresários para a instalação do primeiro curso de jornalismo do Sul do país e o terceiro do Brasil. Com isso, foi elaborado o plano para o curso de acordo com a legislação em vigor, sendo provada a sugestão pela Faculdade de Filosofia, integrante da Universidade Católica do Rio Grande do Sul, que organizou uma relação de professores para ministrar as diversas disciplinas. Com o currículo e a seriação das disciplinas aprovados pela congregação Marista, em 1950, a Instituição requereu à Diretoria de Ensino Superior do Ministério da Educação uma autorização para o funcionamento do curso de jornalismo. Nesse mesmo ano, a Universidade recebeu o título de Pontifícia.

Em 1951, através do Decreto-lei nº 29.831 concedido pelo Governo Federal, o curso foi autorizado, passando a funcionar no ano letivo de 1952. Em 11 de abril de 1956, através do Decreto nº 39.008, o Curso de Jornalismo foi reconhecido pelo governo federal. Já em 28 de janeiro de 1964, através do Parecer nº 7/64, o Conselho Federal de Educação autorizou o desdobramento, solicitado pela Direção da Faculdade de Filosofia, para a criação da Escola de Jornalismo, com 120 alunos matrieulados. Em março de 1965, iniciou a especialização em Propaganda, com duração de três anos, já na Escola de Jornalismo, sendo este curso o primeiro realizado no país em nível universitário. No mesmo ano, em 1º de dezembro, a Escola de Jornalismo foi transformada em Faculdade dos Meios de Comunicação Social.

Já em 1968, ocorreu a transferência da FAMECOS para o Campus da PUC, sem prédio definido, e a disciplina Relações Públicas passou a integrar a Faculdade na 3ª série do curso. Devido à resolução nº 11/69 do Conselho Federal de Educação, em 1970, o Curso de Comunicação Social foi reestruturado com especializações em Jornalismo (Impresso, Radiofônico, Televisionado e Cinematográfico), Relações Públicas e Publicidade/Propaganda, e as matrículas dos alunos foram efetuadas nas diferentes habilitações por ocasião do ingresso na Faculdade.

Em 16 de novembro de 1993, foi aprovado o Curso de Mestrado em Comunicação Social, cujas atividades iniciaram em março de 1994. Em 1998, foi implantado, através do Programa de Pós-Graduação, o Curso de Doutorado na mesma área.

Desde 1996, a Faculdade de Comunicação Social da PUCRS edita a revista Sessões do Imaginário, por meio do seu Programa de Pós-Graduação.

Secretaria da FAMECOS – Av. Ipiranga, 6681 P. 7 / CEP: 90619-900 – Porto Alegre/RS – Fone: (51) 3320 3569 – Fone Fax: (51) 3320 3619 – e-mail: famecos@pucrs.br

2004

Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina

http://www.jornalismo.ufsc.br/

curso de Jornalismo

Desde sua fundação, em 1979, o Curso de Jornalismo da UFSC persegue a excelência no ensino e o compromisso com a sociedade. Logo após a criação do Departamento de Comunicação, hoje de Jornalismo, em 1982, ampliou as atividades de extensão e pesquisa, indissociáveis.

De 1979 a 1984, nos primeiros cinco anos, que o Curso estruturou seu projeto pedagógico com base no conhecimento prático-teórico, buscando formar profissionais qualificados, vinculando sua formação tanto ao exercício diário do jornalismo quanto às questões sócio-políticas e econômicas da sociedade brasileira.

De 1983 a 1988, o Curso teve algumas modificações estruturais, com a saída então do primeiro grupo de professores, convidados a atuar em novos e desafiantes projetos, no país e exterior, e o ingresso de novos docentes. No entanto, o grupo inicial sempre manteve contato, que até hoje perdura, com professores e ex-alunos, além de acompanhar o movimento do curso até 2004.

Em 1982, ingressa no Departamento o professor Eduardo Barreto Vianna Meditsch, responsável pelo desenvolvimento de pesquisas, especialmente na área de rádio e de projetos de extensão e ensino.

Nos últimos oito anos, de 2000 a 2008, o Curso sempre esteve atuando ao lado das questões profissionais, como debates ético-deontológicos junto com o Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina

e com a Federação Nacional dos Jornalistas, não perdendo, de vista, a intervenção e a discussão sobre a formação profissional, o Conselho Federal de Jornalismo, a Lei de Imprensa, os Direitos Autorais, o Conselho de Comunicação Social e muitos outros temas.

Da mesma forma, nos últimos quatro anos ampliou-se a parceria para melhorar a formação dos profissionais, por meio da criação de espaços específicos de debates sobre a profissão e da qualificação prático-teórica. Muitos alunos têm participado de programas de estágio como o da TV Globo, do Estado de S. Paulo (*trainee*), Editora Abril, Projeto Caras Novas (hoje desativado) da Rede Brasil Sul; e por meio de dois programas especiais, como a da Cátedra Fenaj-UFSC de Jornalismo para a Cidadania e o da Cátedra UFSC-RBS para aproximação ao mercado profissional.

Projetos foram incrementados a partir de 1998, acrescentando-se a cobertura do Vestibular e sua produção midiática jornalística. Destaca-se que, mesmo nos programas não diretamente vinculados à comunidade, há tratamento de temas de interesse não apenas da universidade, mas de segmentos do entorno social e da educação como um todo. Finalmente, em 2007, foi criado o mestrado acadêmico em Jornalismo.

2005
FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
http://www.fapesp.br/

Agência de fomento científico e tecnológico mantida pelo Estado de São Paulo, a FAPESP foi instituída em 1962 como entidade destinada a respaldar o trabalho das universidades e institutos de pesquisa, bem como estimular a formação de pesquisadores profissionais. Desde o princípio, foi estabelecido que ela deveria ser gerida por especialistas altamente qualificados e profundamente comprometidos com as finalidades sociais do desenvolvimento científico e tecnológico – o que tem ocorrido ao longo das quatro décadas de sua existência.

A FAPESP subsidia bolsas de estudos, periódicos científicos, publicações especializadas, projetos de pesquisas em comunicação e mídia, uma das múltiplas áreas do conhecimento apoiadas, além de outras atividades acadêmicas como congressos, colóquios, conferências, cursos etc.

Em anos recentes, a entidade vem adotando uma política de comunicação pública, destinada, por um lado, a dar transparência aos seus programas, e, por outro lado, a disseminar o resultado dos estudos produzidos pelos pesquisadores paulistas. Contribui, desta maneira, para socializar o conhecimento novo, colocando as inovações científicas e tecnológicas a serviço das empresas, órgãos públicos, entidades educacionais, pesquisadores e movimentos sociais.

Ao instituir um programa especial de comunicação científica e tecnológica, cujos veículos principais são a revista *Revista Pesquisa Fapesp* (distribuída mensalmente à comunidade acadêmica e ao público em geral) e a *Agência Fapesp* (boletim diário na Internet, destinado aos jornalistas, pesquisadores, estudantes e divulgadores científicos), a entidade converteu-se em paradigma para instituições congêneres de todo o país.

2006

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

http://www.embrapa.br

Instituição vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento que viabiliza soluções para o desenvolvimento sustentável do campo, por meio de geração, adaptação e transferência de conhecimentos e tecnologias. A empresa atua por meio de Centros de Pesquisa utilizando diferentes estratégias e meios de comunicação para divulgar e transferir tecnologia e conhecimento científico que colabora para a melhoria da agricultura brasileira.

Hoje, a Embrapa possui 25 profissionais de comunicação em seu

quadro que fizeram pós-graduação. Na origem do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) estava um convênio firmado com o Ministério da Agricultura, destinado fundamentalmente a capacitar pessoal de nível superior que atuava em extensão rural. Muitos dos primeiros alunos do programa eram funcionários da Embrapa que procuravam conhecimento que pudesse ser aplicado na melhoria da comunicação para transferência de tecnologia junto ao homem do campo.

A crescente profissionalização permitiu que a empresa inovasse no campo da divulgação científica. Destacam-se a criação e a consolidação de um Sistema Integrado de Comunicação, com o propósito de estabelecer padrões mínimos de desempenho, padronizar normas, rotinas, produtos e estratégias, compartilhar recursos, sistematizar coletas, processamento e disseminação de informações estratégicas. A assessoria de comunicação da empresa desenvolve vários produtos que vão desde cursos, treinamentos, eventos, prêmios, informativos, programas de rádio e televisão que mostram a importância de pesquisas e atividades científicas desenvolvidas pela Embrapa e sua influência na melhoria da qualidade de vida das pessoas.

A mais recente iniciativa da empresa é a publicação Comunicação Social em Ciência e Tecnologia – Estudos da Embrapa – que reúne 16 artigos referentes às dissertações de mestrado e teses de doutorado elaboradas pelos profissionais de comunicação da Embrapa.

2006

FCA- Faculdade de Comunicação e Artes da PUC-Minas

http://www.fca.pucminas.br/

A FCA da PUCMinas tem sido paradigmática na formação profissional da área de comunicação, principalmente por seu entrosamento com o mercado, através de vários projetos, e por seu protagonismo laboratorial, articulando ensino com pesquisa e extensão.

Fundada em 1971, no Campus Coração Eucarístico (Belo Horizonte) da, então, Universidade Católica de Minas Gerais, ressaltam-se em sua trajetória o arrojo no que diz respeito a propostas inovadoras tanto no sentido de modelos alternativos para a reflexão e exercício da comunicação, quanto seu ativo papel como interlocutora, junto a outras instituições de ensino congêneres, sobre os caminhos da comunicação em seus mais diversos aspectos.

O Projeto Pedagógico foi reformulado e está vigendo desde 2003. Neste novo Projeto, o Curso buscou soluções importantes para atualização e flexibilização do Currículo, tais como: a) criação da disciplina Seminários – do 1º ao 4º Período, desenvolvida através de mini-cursos e palestras com convidados do Brasil e do exterior; b) criação dos centros e laboratórios articuladores das atividades de pesquisa, ensino e extensão; c) incrementação dos processos de análise e validação das Atividades Complementares; d) constituição de eixos transversais que permitem a articulação transversal do curso; e) desenvolvimento de atividades interdisciplinares horizontais e verticais e f) criação de ferramentas e mecanismos de avaliação permanente do Projeto Pedagógico.

A FCA possui, hoje, quatro grupos devidamente registrados junto ao CNPQ: a) Poéticas Áudio-visuais; b) Comunicação e Literatura; c) Aspectos teóricos da Comunicação Organizacional e d) Monitoramento de Mídia. São grupos que se reúnem regularmente para a realização de estudos, pesquisas e produção de artigos. Esses grupos, em expansão na faculdade desde 2003, articulam interesses de pesquisas de professores e de alunos para além do espaço das salas de aula, unindo, em algumas situações, alunos e professores dos três cursos de Comunicação da FCA/PUC-Minas. Já os projetos experimentais buscam associar interesses de pesquisa de alunos e de professores, através da formulação de propostas direcionadas pelas linhas de pesquisa Processos de Midiatização e Interações Comunicacionais. Essas linhas se referem à área de concentração Processos Comunicacionais e Produção de Sentidos, que delineia a proposta do Cepec.

Desde o ano de 1997, são oferecidos no Instituto de Educação Continuada (IEC), da PUC Minas, cursos de especialização como Jornalismo e Práticas Contemporâneas, Gestão de Comunicação Integrada e Cinema. Importante ressaltar, no entanto, uma vitoriosa

experiência de cursos de especialização *in company*, oferecidos para a Rede Globo Minas (já concluído) e para o jornal Hoje em Dia (em curso), exclusivamente com professores da FCA. Atualmente, está sendo oferecido, pela segunda vez consecutiva, na modalidade à distância, um curso de especialização destinado exclusivamente a funcionários da Companhia Vale do Rio Doce, que atuam em diversos estados brasileiros.

A FCA mantém, atualmente, projetos ligados, diretamente, à Pró-Reitoria de Extensão com a inserção direta dos alunos junto a diferentes comunidades da Região Metropolitana de Belo Horizonte. Destacam-se: Projeto Beira-Linha, junto a comunidades carentes da região leste da cidade; Projeto Criança Esperança – atuação conjunta com a Rede Globo na cidade.

2007

Faculdade Cásper Líbero

http://www.facasper.com.br/

Escola pioneira do ensino superior de Jornalismo no Brasil, fundada em 16 de maio de 1947 pelo jornalista e empresário Cásper Líbero.

Aos 16 de maio de 1947, uma das disposições testamentárias do advogado, jornalista e empresário Cásper Líbero concretizou-se com a inauguração da escola pioneira do ensino superior de Jornalismo no Brasil – a Faculdade Cásper Líbero – cuja atuação na área da educação foi ampliada posteriormente com a abertura dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Relações Públicas, em 1972; do curso de Rádio e TV, em 2002; e do curso de Turismo, no ano seguinte.

Vale destacar, inclusive, que os cursos da Instituição são os únicos que estão até os dias de hoje ligados a um conglomerado de comuni-

cação, que inclui uma estação de rádio, uma emissora de televisão e um jornal eletrônico – todos sob a assinatura da *Gazeta*.

A constante atualização dos projetos pedagógicos, as aulas ministradas e os projetos específicos e interdisciplinares são complementados por outras atividades que permitem a formação teórica e prática dos alunos da graduação e da pós-graduação. São elas: Revista Esquinas; Revistas Propulsão, Ação, Newsletter, Líbero e Communicare; Programa de TV Edição Extra (exibido em TV aberta); Rádio Universitária; Eventos como Café Filosófico, Prata da Casa, Grandes Nomes; Semark, Seminário PP e Semana do Audiovisual.

A Faculdade Cásper Líbero investe na formação continuada de seus professores, incentivando sua participação em eventos e cursos, oferecendo gratuitamente cursos internos de extensão e de pós-graduação lato e stricto sensu e proporcionando bolsas de desenvolvimento de pesquisas na área da Comunicação.

Por todas essas razões apresentadas, a Faculdade Cásper Líbero vem há 60 anos mantendo seu compromisso de fomentar as mais relevantes questões ligadas ao ensino da comunicação no País.

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Grupo Inovador[69]

MARIA CRISTINA GOBBI[70]

1998
Núcleo de Pesquisa e Extensão da Comunicação (UFES)
http://www.ufes.br/

O NEXO – Núcleo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Comunicação – surgiu oficialmente em 1996. Atualmente é coordenado pela professora Desirée Rabelo e fica aberto de segunda a sexta-feira, das 14 às 18h. O Núcleo surgiu com os objetivos de investigar, sistematizar e tornar disponíveis informações que possam contribuir

69. Alguns perfis estão disponíveis no Portal Luiz Beltrão, no *site*: www.metodista.br.

70. Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Coordenadora do Acervo do Pensamento

para o avanço da Comunicação regional e nacional; implementar atividades de extensão visando socializar conhecimentos e promover integração à comunidade a partir de suas demandas reais; contribuir no debate sobre os meios de comunicação e cultura e servir como espaço acadêmico para a formação de novos pesquisadores.

Dentre suas atribuições, podemos destacar o planejamento e a execução de projetos de pesquisa e extensão, sistematizar a documentação sobre os meios de comunicação impressos e audiovisuais; divulgar os resultados de estudos e pesquisas; organizar e promover cursos e eventos científicos e culturais e estabelecer mecanismos de cooperação com organismos congêneres nacionais e internacionais.

O NEXO desempenha trabalhos no campo da Pesquisa e Extensão. No campo da Pesquisa, tem trabalhos na área de Televisão; Jornalismo comparado e discurso jornalístico. No campo da Extensão, desempenha o "Projeto Girassol", junto com outros departamentos – Serviço Social e Biblioteconomia, um trabalho num bairro carente da periferia da aglomeração de Vitória; "Projeto Samba também se aprende na escola" junto com entidades do movimento negro. Além de realizar, no campo de Estudos, seminários, palestras, mesas redondas.

Atualmente, o NEXO desenvolve três programas de extensão: as assessorias de comunicação de atividades dos movimentos sociais; a rádio alternativa; e o UFES no fórum social mundial 2002. Outros projetos foram desenvolvidos em outros momentos. Os documentos relacionados a estes projetos podem ser encontrados na sede da entidade.

Trabalhando nas linhas de pesquisa: crítica ao jornalismo; comunicação e cultura; comunicação comunitária; memória do jornalismo; políticas de comunicações; comunicação e cidadania; economia da cultura e da comunicação; comunicação e semiótica; linguagens

Comunicacional Latino-Americano "José Marques de Melo" e do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Professora do Programa *Lato Sensu* em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e da graduação da mesma Instituição, Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

audiovisuais e jornalismo e literatura, tem sua sede na Universidade Federal do Espírito Santo, no departamento de comunicação social, Av. Fernando Ferrari, s/n, 29.060-900 – Vitória – ES, telefax: 27-3335-7703, e-mail: nexoufes@nexoufes.cjb.net.

A título de informação, a Universidade Federal do Espírito Santo, foi fundada em 5 de maio de 1954, e incluída no sistema federal de ensino pela Lei nº 3.868, de 30 de janeiro de 1961, é uma Instituição Federal de ensino superior, pesquisa e extensão e de domínio e cultivo do saber humano, de natureza autárquica, em regime especial, vinculada ao Ministério da Educação, com sede na Cidade de Vitória, Capital do Estado do Espírito Santo.

1999
Núcleo de Pesquisa em Telenovelas (USP)
http://www.eca.usp.br/pesquisa/nuclpesq/

Criado em 1992, o Núcleo de Pesquisa em Telenovelas da ECA (NPTN)[71] foi pioneiro, no meio acadêmico, na pesquisa e na documentação da produção de telenovelas. O NPTN da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) foi o primeiro grupo acadêmico do mundo formado com o objetivo de pesquisar e documentar a produção da telenovela. O desconhecimento do público e ainda de muitos pesquisadores acerca do Núcleo contrasta com o respeito de profissionais de televisão e de grupos de estudo especializados, que o têm como principal referência na área.

Em outubro de 2001, um incêndio destruiu todas as instalações, equipamentos e o arquivo de materiais sobre telenovelas do Núcleo. Um dos principais prejuízos causados pelo incêndio foi a perda de um acervo com mais de três mil exemplares de fitas de vídeo, fitas

71. Material disponível na *web*, nos endereços: http://www.usp.br/agenciausp/repgs/2004/pags/007.htm e http://www.eca.usp.br/pesquisa/nuclpesq/nucleo.htm#telenov, pesquisados em abril de 2008.

K7, recortes de jornal, revistas, álbuns, pôsteres, suplementos, livros, teses, roteiros, discos, fotografias e sinopses de telenovelas. O material havia sido reunido a partir de doações de coleções particulares, de órgãos públicos e empresas.

Desde sua fundação, em 1992, o NPTN produziu seis dissertações de mestrado, sete teses de doutorado, formou dois livres-docentes e publicou nove livros. Atualmente, outras dez defesas estão sendo preparadas. Os trabalhos já realizados tratam de assuntos como a história e antecedentes do gênero, questões sobre a autoria, sobre a linguagem e a relação com o cinema, a seleção de elenco, a influência da tecnologia na produção, relações das novelas e minisséries com a política, com o cotidiano, com a religião, questões raciais e de movimentos sociais, recepção do público infantil e uso da telenovela na pedagogia, entre outros. Há aproximadamente dois anos, o Núcleo criou uma linha de pesquisa específica, intitulada *Comunicação e Ficção Televisiva*. Ela possibilita a multiplicação dos conhecimentos da área e a formação de novos mestres e doutores. Além disso, novas temáticas vêm sendo abordadas, como por exemplo, a da internacionalização da telenovela – ou seja, os processos para a exportação, as negociações, as mudanças pelas quais esse produto passou e a recepção do público.

Registrado do CNPq, sob a responsabilidade atual da Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, o espaço objetiva apoiar e desenvolver pesquisas na área de ficção televisiva. Promove e realiza pesquisas, seminários, cursos e outras atividades de natureza acadêmica, tendo em vista estudos comparados sobre Telenovela e outros formatos de Ficção Televisiva Seriada (minisséries, microsséries, séries, unitários, etc).

Além disso, realiza o monitoramento permanente da ficção televisiva no Brasil, através da observação da programação das redes nacionais de televisão. Mantém um acervo documental integrado por material audiovisual, matérias de jornais e revistas especializadas (clipping), roteiros, sinopses, publicações particulares e trilhas sonoras; uma base de dados de Teses e Dissertações sobre ficção televisiva defendidas em Programas de Pós-Graduação no Brasil e de artigos científicos publicados em periódicos, livros e anais de congressos; uma biblioteca especializada (livros, teses, periódicos) em telefic-

ção, de autores nacionais e internacionais. Além disso, relaciona-se e promove intercâmbio com empresas produtoras de Telenovela e outros formatos da Ficção Televisiva Seriada, como CGCOM da Rede Globo e o grupo IBOPE Mídia, com Instituições nacionais e internacionais afins.

O Núcleo procura atender pesquisadores de qualquer Instituição acadêmica, interessados em desenvolver projetos no campo da Telenovela e outros formatos da Ficção Televisiva. Atualmente os esforços do núcleo estão direcionados principalmente para o desenvolvimento do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (OBITEL), rede acadêmica internacional de análise comparada da Ficção Televisiva em nove países ibero-americanos. **Órgão financiador:** CNPq/ FAPESP/ Pró-Reitoria de Pesquisa da USP.

2000

GT de Rádio da INTERCOM (SP)

O Grupo de Trabalho e atualmente Núcleo de Pesquisa de Rádio da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), que em 2000 esteve sediado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 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 1990, nos congressos anuais da Intercom, o Grupo editou uma coletânea intitulada *Rádio no Brasil, tendências e perspectivas*, coeditado pelas editoras da UERJ e UnB, sob a coordenação das professoras Nélia Del Bianco (UnB) e Sonia Virginia Moreira (UERJ). Também organizado pelas professoras Nélia e Sônia, Desafios do rádio no século XXI, publicado em 2001 e Teorias do Rádio, textos e contextos, volume I, organizado pelo professor Eduardo Meditsch, em 2005.

Além disso, o GT/NP promoveu duas pesquisas integradas – *Rádio e Pânico: a Guerra dos Mundos 60 anos depois*, coordenada pelo professor Dr. Eduardo Meditsch (UFSC), e *O futuro do rádio frente às inovações tecnológicas*, sob a coordenação das professoras Dras. Nélia Del Bianco (UnB) e Sonia Virginia Moreira (UERJ), cujos resultados foram apresentados no Congresso da Intercom de 2000.

O GT/NP foi criado em Porto Alegre, sob a coordenação inicial da professora Dra. Doris Fagundes Haussen (PUC-RS), passando depois à liderança da professora Dra. Sonia Virgínia Moreira (UERJ), que o transferiu em 1995 para a professora Nélia Del Bianco (UnB). Atualmente (2008) é coordenado pelo professor Dr. Luiz Arthur Ferrareto.

2001
ACESSOCOM (ONG, Porto Alegre)
http://www.acessocom.com.br/

acessocom
Jornalismo especializado em comunicação.

O serviço jornalístico "AcessoCom" encerrou suas atividades em 06 de janeiro de 2003) e recuperamos do site a mensagem deixada por Daniel Herz, em uma demonstração da seriedade do trabalho que era realizado e de seu compromisso com todas os pesquisadores que se beneficiaram desse ótimo trabalho de resgate das noticias da mídia. Mesmo com as atividades encerradas há mais de 5 anos, ainda é possível acessar informações desse importante banco de dados. A mensagem do site informa:

"Conforme havíamos informado a nossos usuários e neste espaço, estamos franqueando a consultas públicas gratuitas toda a produção do serviço AcessoCom, cujas atividades foram encerradas em 6/1 de 2003. O banco de dados inclui todos os cerca de 21,5 mil textos produzidos pela equipe do site de 1999 até o último dia útil de 2002, bem como as mais de 200 mil referências bibliográficas de todo as fontes pesquisadas e arquivadas neste período.

As consultas podem ser feitas por palavra-chave, período de tempo, tema ou veículo (no caso das referências bibliográficas). Pedimos aos usuários que informem sobre quaisquer falhas no acesso, enviando uma mensagem para info@acessocom.com.br.

Gostaríamos de reafirmar que através do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom) manteremos as atividades ligadas à pesquisa e à produção de informações especializadas em comunicação. Mesmo nesta fase de transição, procuraremos continuar produzindo e fornecendo, gratuitamente, informações especializadas para subsidiar a atuação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), cujos propósitos inspiraram a criação do Epcom.

Ultrapassado esse período, pretendemos desenvolver projetos que não dependam exclusivamente de capital próprio, como até agora ocorreu. Deste modo, continuaremos atuando em favor da capacitação da sociedade e dos cidadãos para o conhecimento e a ação na área da comunicação. Atenciosamente, Daniel Herz – Diretor do Epcom".

2002
Projeto Telejornal On-Line (UERJ)
http://www.painelbrasil.tv/uerj/

TV UERJ

Projeto iniciado em 14 de maio de 2001, pelo Laboratório de Vídeo da UERJ – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, foi o pioneiro na experimentação do formato telejornalismo on-line no Brasil. Destinado ao público acadêmico, alicerça-se na idéia de uma "universidade sem muros". O fluxo noticioso é atualizado diariamente pelos estudantes vinculados ao projeto, sob a direção do Prof. Antonio Brasil. Mantém parceria com o CNN Student Bureau e com o Observatório da Imprensa (versão televisiva difundida pela Rede Brasil), o que lhe garante a cobertura de eventos internacionais e nacionais, sem perder sua identidade como "telejornal fluminense". Realiza, também, um seminário internacional (anual) com a finali-

dade de avaliar o trabalho desenvolvido e detectar novas tendências na área.

O fluxo noticioso é atualizado diariamente pelos estudantes vinculados ao projeto, sob a direção do Prof. Antonio Brasil. Mantém parceria com o CNN Student Bureau e com o Observatório da Imprensa (versão televisiva difundida pela Rede Brasil), o que lhe garante a cobertura de eventos internacionais e nacionais, sem perder sua identidade como "telejornal fluminense".

Realiza, também, um seminário internacional (anual) com a finalidade de avaliar o trabalho desenvolvido e detectar novas tendências na área.

2003
Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (EPTIC)
http://www.eptic.com.br/

A Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (EPTIC), liderada pelo professor Dr. César Bolaño, vem aglutinando, desde 1999, pesquisadores espalhados pelos diversos continentes. É ligada ao Observatório de Comunicação (OBSCOM), espaço criado em 1995 pelo Núcleo de Pesquisa e Pós-graduação em Economia (NUPEC), do Departamento de Economia da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

O grupo foca seus estudos em tópicos como o processo de oligopolização da mídia, as políticas de comunicação, as inovações na área informacional, a funcionalidade da cultura no capitalismo e os lugares da democracia e da diversidade nessas dinâmicas, sendo protagonista na organização dos estudos críticos no Brasil e na América Latina.

O principal espaço de encontro, articulação e diálogo dos seus pesquisadores é o Portal EPTIC – www.eptic.com.br, incluindo livros digitais, teses, dissertações, monografias, textos para discussão, boletim

noticioso e um periódico acadêmico quadrimestral – Eptic On-line, editada pelo professor Dr. Valério Cruz Brittos (UNISINOS).

2004
Centro de Documentação da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa - Portcom – Revcom – SP
http://www.portcom.intercom.org.br/

PORTCOM

A carência e dispersão de fontes bibliográficas específicas para as Ciências da Comunicação e as dificuldades enfrentadas pelos pesquisadores para ter acesso ao conhecimento acumulado da área fizeram com que, em 1981, fosse criado pela Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação (INTERCOM), o Centro de Documentação da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa (PORTCOM), com a função de coletar e processar a produção científica da área de Ciências da Comunicação dos países lusófonos.

Em 1982 é formalizada a parceria com o Serviço de Biblioteca e Documentação da Escola de Comunicações e Artes da USP que, além de auxiliar na coleta e tratamento da produção científica nacional, passa a ser o repositório de todo o material bibliográfico recebido e indexado pela PORTCOM/INTERCOM.

A partir de 2000, é reformulada a missão do PORTCOM, tornando-se necessária uma reestruturação administrativa e gerencial, bem como uma atualização tecnológica de seus produtos e serviços de modo a inserir-se mais apropriadamente à demanda atual. É então, constituído um Comitê Assessor, composto de representantes regionais, que define e aprova nova diretriz de trabalho para o PORTCOM, que passa a ser visualizado como Rede de Informação dos Países de Língua Portuguesa e não mais como Centro de Documentação.

O compromisso da Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa (PORTCOM) é pesquisar e implementar produtos e serviços de informação a partir de metodologias

de trabalho cooperativo e descentralizado, pautadas em padrões e protocolos nacionais e internacionais de controle, indexação e gerenciamento automático da informação.

Parceiros Institucionais: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação (COMPÓS); Centro Latino Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde (SCIELO / BIREME); Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (INTERCOM); Revista Contracampo (UFF); Revista Comunicação & Sociedade – UMESP; Revista Famecos – PUC/RS; Revista Media & Jornalismo Portugal; Revista Comunicação e Sociedade- Portugal; Revista Contemporânea (UFBA) – (em negociação) –, e Revista ECO-PÓS (UFRJ) – (em negociação).

2005

NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

http://www.eca.usp.br/nucleos/nce/pec_oque.html

É um núcleo que tem gerado novas pesquisas, aglutinado pesquisadores e desenvolvido uma prática marcante no país. O conceito de Educomunicação designa todos os esforços realizados pela sociedade no sentido aproximar os campos da Cultura, Comunicação e Educação. Trata-se de um tema que nasce na sociedade civil, consolidando-se especialmente na prática das organizações não governamentais que passaram a usar os processos e os meios de comunicação para fortalecer seus projetos na área da cidadania. O Programa Educom.rádio, iniciado em 2001, apresenta-se como uma aplicação do conceito de Educomunicação. Seu objetivo é o de resolver um problema específico: combater a violência e favorecer uma cultural de paz num determinado ecossistema educativo: as escolas do ensino fundamental da rede pública municipal de ensino.

No final dos anos de 1999 (precisamente em novembro, durante o Fórum sobre Media e Educação), algumas organizações como a Federação Nacional de Jornalistas, a Fundação Roberto Marinho, o Instituto Ayrton Senna e o Projeto Cidade Aprendiz, entre outras, e o próprio Ministério da Educação passam a reconhecer o conceito de Educomunicação, entendendo-o como um campo emergente de intervenção social e de prática profissional.

Para tanto, os participantes do Fórum tomaram como base as pesquisas do NCE-ECA/USP. A Educomunicação se desenvolve através de áreas específicas de atividade, entre as quais, "educação para a recepção crítica dos meios de comunicação", a "mediação tecnológica em espaços educativos", a "expressão comunicativa através das artes" e "gestão da comunicação em espaços educativos".

2006

Programa "Cadernos de Comunicação" - Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro

http://www.rio.rj.gov.br/secs

Criado em 2001, pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, o Programa "Cadernos de Comunicação" representa uma iniciativa inovadora no campo da extensão universitária. Sua finalidade é disseminar o conhecimento novo produzido pelas faculdades de comunicação, através de versões simplificadas dos Trabalhos de Conclusão de Curso de Graduação (TCCs), Dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado.

Segmentados em suas séries – Memória e Estudos – os Cadernos da Comunicação são publicadas mensalmente de forma alternada. Cada edição tem uma tiragem de 10 mil exemplares, distribuídos gratuitamente para os alunos e professores dos cursos de Jornalismo

das faculdades de Comunicação sediadas na cidade do Rio, além dos jornalistas que integram o Sistema de Comunicação Social da nossa Prefeitura e profissionais de imprensa que nos solicitam. Esta publicação também chega a algumas faculdades de outros Estados brasileiros e até do exterior, como Alemanha, Portugal, México, Canadá e Estados Unidos.

Para democratizar ainda mais o conteúdo dos Cadernos, eles podem ser encontrados no site da Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio (www.rio.rj.gov.br/secs).

Série Memória – os Cadernos já resgataram as trajetórias do "Correio da Manhã", de "O Cruzeiro", da "Ultima Hora", e do "Diário Carioca", entre outros, além dos relatos dos navegantes que chegaram à baía da Guanabara no século XVI – as primeiras reportagens sobre a nossa cidade, numa homenagem aos 500 anos do descobrimento do Rio de Janeiro, em 1502 –, uma síntese histórica do jornalismo feminino no Brasil, a construção de Brasília na imprensa da época, e um estudo sobre o rádio educativo em nosso país.

Série Estudos – foram publicados dois manuais de redação – de jornalismo "on-line" e de radiojornalismo –, além de estudos sobre a reportagem policial, o fotojornalismo digital, o jornalismo e a Justiça, as revistas de humor nos anos 20, o *New Journalism*, mostrando o desenvolvimento deste estilo nos Estados Unidos e o jornalismo literário, no Brasil, a partir de Euclides da Cunha, incluindo os exemplos da revista Realidade e do Jornal da Tarde, com transcrições de matérias publicadas.

2007

CANAL FUTURA – Rio de Janeiro

http://www.futura.org.br

Canal Futura é um núcleo de produção de televisão educativa e de mobilização comunitária, de natureza privada, sem fins lucrativos e de interesse público.

Na década de 1990, a Fundação Roberto Marinho desenvolveu pesquisas quantitativas e qualitativas referentes a percepção do tele-espectador brasileiro sobre TVs educativas. A primeira pesquisa levantou hábitos e focos temáticos de interesse de educadores, público jovem, trabalhadores de nível técnico e donas-de-casa, com o objetivo de montar uma grade de programas que atendesse as expectativas desses públicos. A segunda pesquisa focou a produção de programas-piloto, testando sua receptividade junto a esses nichos específicos de público.

Essas pesquisas embasaram a decisão de criar o Canal Futura; uma experiência brasileira pioneira e ainda única de comunicação para transformação social que inovou o uso da tecnologia de audiovisual. Desenvolveu um modelo de produção televisiva educativa, participativa e inclusiva, não-comercial, nem governamental, sem fins lucrativos e de interesse público, com base em parcerias, mobilização comunitária, articulação em rede e pesquisa/produção cooperada.

Assistido por 33 milhões de pessoas (a maioria gratuitamente), o Futura articula e mobiliza a que é provavelmente a maior rede social do país. São mais de 12 mil instituições, entre organizações não-governamentais, movimentos sociais, universidades, tevês universitárias, agências nacionais e internacionais que, em parceria e com consultoria do Futura, expandem o sinal do Canal, ajudam a criar a sua programação, apropriam e aplicam na realidade local o conhecimento, elevando a sua produtividade, gerando novos conhecimentos e expandindo o sinal e tecnologia para 63% do território nacional.

Em uma década, o Canal produziu 67 mil horas de programação, beneficiou 33 milhões de telespectadores e ainda capacitou mais de 420 mil educadores, profissionais, estudantes e público-alvo de instituições sociais e de ensino. Só em 2006, realizou 250 horas de transferência de tecnologia em processos televisivos, com o intercâmbio de conhecimento e realizações conjuntas, que responderam por 7,14% do tempo real de produção do Canal. Além disso, garantiu gratuitamente o serviço de tele-atendimento aos operadores das TVs afiliadas para soluções de programação, durante todo o ano, 12 horas por dia.

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Maturidade Acadêmica[72]

Fonte: TRE-SC[73]

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 1998

Moacir Pereira

Jornalista e Cidadão

Por Maria Cristina Gobbi

O jornalista **Moacir Pereira**[74], com mais de 40 anos de atuação em Santa Catarina, é ex-presidente da Associação Catarinense de Imprensa e tornou-se uma referência por onde passou. É o primeiro vencedor do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" na modalidade maturidade acadêmica.

72. Alguns perfis estão disponíveis no Portal Luiz Beltrão, no site: www.metodista.br.
73. Fonte: http://www.tre-sc.gov.br/site/index.html, acesso em 20/10/2007.
74. Esse perfil teve como fonte principal o depoimento de Cesar Valente, com o título "Moacir Pereira: perfil intelectual", disponível no livro HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação**: antologia de pesquisadores brasileiros. Rio Grande do Sul: Sulina/Corage, 2004.

Professor, repórter, escritor, advogado, cidadão ativo e participativo. Acreditamos ser, esta última, uma de suas principais características. Nascido em 1945, em Florianópolis, Estado de Santa Catarina, forma-se em direito, no ano de 1970, exercendo várias funções no serviço público. Aposentou-se como Procurador do Estado junto ao Tribunal de Contas.

Sua carreira acadêmica teve início em 1970, como auxiliar de ensino. Percorreu todas as etapas da vida universitária. No ano de 1973, participou do primeiro grupo de trabalho para a criação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que foi oficialmente instalado, em 30 de julho de 1978, sendo Moacir Percira o scu primeiro coordenador.

Na área do Jornalismo, começou como repórtcr em rádio, no ano de 1965, e continua até a atualidade. Também fez TV, jornal e revista. Colunista e comentarista político, foi o primeiro a ter a coluna publicada em dois jornais cstaduais simultaneamente. Hoje, é possível ler Moacir Pereira em dezenas de diários. Foi presidente do Sindicato dos Jornalistas.

Em sua trajetória, encontramos muito do cidadão participativo e que construiu sua história de vida e profissional de forma sistemática, atuante e ativa, nos sindicatos e federações dos jornalistas e dos radialistas, e em tantas outras entidades associativas, tanto de comunicação – União Cristã de Comunicação Social (UCBC), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinarcs da Comunicação (Intercom) etc. – quanto religioso-filantrópicas – Irmandade do Senhor Jesus dos Passos, entre outras – ou leigas, demonstrando um comprometimento pessoal efetivo com ações coletivas e comunitárias (VALENTE, 2004).

Moacir Pereira também é autor de vários livros, mestre e doutor. Suas reflexões e ações caminham entre o Direito e o Jornalismo e a conexão dessas duas áreas do conhecimento. Foi patrono da edição 2006 da Feira do Livro de Rua de Florianópolis e, em 17 de setembro dc 2003, ganha a imortalidade, sendo eleito para Academia Catarinense de Letra.

Atualmente, é colunista dos jornais Diário Catarinense (Florianópolis) e Jornal de Santa Catarina (Blumenau), comentarista da CBN-Dário, da RBS-TV e da TV-Com, todos veículos do Grupo

RBS. Jornalista profissional há mais de 43 anos, possui vários prêmios nacionais e estaduais de Jornalismo. É membro do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina e foi Patrono da Feira do Livro de Rua de Florianópolis (2006).

Em seu currículo, há diversas condecorações, medalhas, colaborações em obras e mais de 20 livros sobre Jornalismo, Comunicação e Política. Dentre os quais citamos,

Livros Publicados
Colombo Salles: o Jogo da Verdade, Insular, 2008.
Victor Fontana: Percorrendo Caminhos, Insular, 2006.
Pedro Ivo: um Coronel Democrata, Insular, 2006.
Novembrada: um Relato da Revolta Popular, Insular, 2005.
A Primeira Viagem: o Índio Carijó que Virou Príncipe Francês, Insular, 2004.
Senhor dos Passos: Protetor de Florianópolis, Insular, 2004.
Jornalismo, Cultura e Cidadania, Insular, 2003.
Santa Catarina: Tesouros no Sinai, Insular, 2002.
Kleinubing: uma Trajetória de Coerência, Insular, 2001.
Adolfo Zigelli. Jornalismo de Vanguarda, Insular, 2000.
Ivo Silveira: Um Depoimento, Insular, 1998.
O Golpe das Letras, Insular, 1997.
O Direito à Informação na nova Lei de Imprensa, Global, 1993.
O Profeta da Esperança, Lunardelli, 1992.
Imprensa e Poder: a Comunicação em Santa Catarina, Lunardelli, 1992.
A Democratização da Comunicação, Global, 1987.
O Poder da Constituinte, Lunardelli, 1986.
O Golpe do Silêncio, Global, 1984.
A Imprensa em Debate, Lunardelli, 1981.
Imprensa: Um Caminho para a Liberdade, Lunardelli, 1980.
Aspectos da Realidade Política de Santa Catarina, CNBB, 1980.
Imprensa: Um Compromisso com a Liberdade, Lunardelli, 1979.
Jornalista: Orientação Profissional, Ioesc – Sind. dos Jornalistas, 1976.
Comunicação e Liberdade, Lunardelli, 1976.

Outras informações sobre Moacir Pereira podem ser encontradas no perfil escrito por Cesar Valente, que está no livro publicado em 2004 e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores

brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco. Os contatos com o professor Moacir Pereira podem ser feitos pelo *e-mail*: moacirp@intercorp.com.br.

Fonte: LPM Editores

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 1999

Sérgio Capparelli

Liberdade de Escolha

Por Maria Cristina Gobbi

Sérgio Capparelli não perdeu o "jeito" e o sotaque mineiro de ser, embora viva mais de 30 anos no Rio Grande do Sul. Nascido em Uberlândia, Minas Gerais, em 1947, chegou a trabalhar e morar em Goiânia e Curitiba.

Dono de uma personalidade singular, inquieta e contestadora, mas sem perder a suavidade de quem conhece e a serenidade de quem pesquisa, aprende e acredita. Capparelli – com ele mesmo afirma em vários de seus escritos – passou por diversos conflitos. Mas esses devem ser entendidos como períodos de transições, transformações e adaptações. Para denominar essa figura carismática, exigente e prática, podemos até arriscar e nomear alguns adjetivos, como por exemplo: acuidade, rigor, coerência, estilo, originalidade, modéstia, crítica, realismo, coragem, além de detentor de uma grande preocupação com o empírico, com a realidade e com a ideologia. Um homem de muitas lutas, algumas vitórias e muitas aprendizagens. Como ele mesmo afirma:

> (...) A satisfação do pesquisador ao se comprovar determinada hipótese, ao se dar conta de que o caminho escolhido é satisfatório ou ao descobrir a razão do desvio tomado, tudo isso pode enchê-lo de júbilo e ajudá-lo a prosseguir. Mas há fatos que ele não domina, pessoais ou não. Conceitos que ele acreditava sólidos, mas que, de repente, passam à condição de crenças, podem deixá-lo consternado. Ele pode se debater igualmente com certos procedimentos que num determinado estágio da história davam conta de seu objeto de estudo, mas que, no novo estágio, tornam-se incapazes de lhe oferecer respostas adequadas. Esses são os momentos de transição, quase sempre

> dolorosos. Ele busca então novos enfoques, novas abordagens, novos temas de pesquisa[75].

Entre Paris para estudar, Munique e Brasil para trabalhar, defendeu seu doutorado em 1980, na Universidade de Paris II. Teve aulas com figuras emblemáticas como os professores Jean Cazeneuve e Francês Balle.

Na volta ao Brasil, aceita o convite para lecionar na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, onde havia feito sua graduação em Jornalismo (1970), aposentando-se em 2003, e continua até hoje (2007), com professor colaborador no curso de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Também foi professor da Universidade do Vale e da Região do Rio dos Sinos (Unisinos), no período de 1978 até 1980, e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), entre 1976 até 1984. Trabalhou em vários jornais gaúchos, como o *Zero Hora* e *a Folha da Manhã*.

Ainda nessa década, Capparelli diversifica sua produção entre a comunicação e a literatura infanto-juvenil. Sobre comunicação podemos citar os livros *Comunicação de Massa sem Massa* (1979) e *Televisão e Capitalismo no Brasil (1982)*. Esse último – que Capparelli considera o mais importante –, ganhou o prêmio Jabuti de Ensaio em Ciências Humanas. O retorno à França, Universidade de Grenoble, (1986-1987), com bolsa de pós-doutorado, "propiciou uma reflexão mais conseqüente sobre os meios de Comunicação, ampliando sua análise para os países do Cone-Sul, tendo como resultado o livro *Ditaduras e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai*" (1991).

No início dos anos 90, vai para Montreal, no Canadá, para seu segundo pós-doutorado na Universidade de Montreal, que defendeu em 1993. Na volta ao Brasil, participa de forma ativa da criação do mestrado (1995) e do doutorado (2001) em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Assim, pela por-

75. CAPPARELLI, Sérgio. Economia Política da paixão pela pesquisa. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional Latino-Americano**: Décio Pignatari, Muniz Sodré, Sérgio Capparelli. São Bernardo do Campo: Umesp, 2001, pp. 91-101.

ta da frente, a pesquisa entra definitivamente em sua vida acadêmica. No ano de 2002, vai fazer um novo pós-doutorado em Comunicação, agora na Universidade de Paris VIII.

Ainda, na academia, foi representante da área de Comunicação no Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), por duas vezes. Participou de comissões de avaliação dos cursos de pós-graduação em Comunicação, na Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), em 1989 e 1990. Atuou como consultor *ad hoc* da CAPES, CNPq, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS) e da Universidade de Buenos Aires.

Conjuntamente com sua aptidão para a pesquisa, ele escreve livros para crianças e jovens. Justifica essa segunda escolha com três razões: "1) o prazer de escrever; 2) uma forma de conhecer o mundo e de me conhecer; 3) a liberdade de escolher o que vou escrever[76]".

Recebeu vinte e dois prêmios nacionais e internacionais, três vezes o Prêmio Jabuti – o primeiro deles com um ensaio sobre a televisão brasileira e duas vezes com livros infanto-juvenis. Em 1993, ganhou o Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação". Várias de suas obras voltadas para o público infantil receberam o Selo de Ouro e a indicação de Altamente Recomendável da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ) [77].

Atualmente, como ele mesmo declara, trabalha com poemas hipertextuais, ciberpoesia e *zoom* na poesia. Tem mais de 30 livros publicados, divididos entre comunicação, literatura infanto-juvenil e poesias, além de diversos artigos, no Brasil e no Exterior. Alguns de seus textos podem ser acessados no Núcleo de Pesquisa em Mídia, da UFRGS, no endereço: http://www.ilea.ufrgs.br/ppgcom/professores/nucleos/.

Também é possível conhecer a trajetória profissional, acadêmica e de vida de Sérgio Capparelli no livro "Contribuições brasileiras ao

76. Sérgio Capparelli, Economia Política da paixão pela pesquisa. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional Latino-Americano**: Décio Pignatari, Muniz Sodré, Sérgio Capparelli. São Bernardo do Campo: Umesp, 2001, pp. 91-101.

77. Disponível em www.lpm-editores.com.br, pesquisado em novembro de 2007.

pensamento comunicacional Latino-Americano: Décio Pignatari, Muniz Sodré, Sérgio Capparelli", organizado pelos professores José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi e Marli dos Santos, resultado da homenagem prestada pela Cátedra Unesco de Comunicação, no ano 2000, como um dos pesquisadores que contribuíram para a formação de pensamento brasileiro em comunicação. Na publicação, editada pela Universidade Metodista de São Paulo, no ano de 2001, podem ser encontrados depoimentos dos professores Sônia Bertol, Ida Regina Stumpf e Murilo César Ramos, além do testemunho do próprio Sérgio Capparelli.

Há informações sobre perfil de Capparelli também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Para conhecer um pouco mais sobre a trajetória intelectual e de vida de Capparelli, sugerimos consulta ao livro organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, editado em 2004, e tem como título Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros. Outras informações e contatos com o professor Sérgio Capparelli podem ser feitos através dos endereços: http://www.cappareli.com.br/; http://www.ppcom.ufrgs.br/vi/professores/capparelli/pessoais.htm; e-mail: apparelli@vant.com.br.

Entre os vários trabalhos de Capparelli podemos citar,

Livros científicos publicados
Enfim, sós. A nova televisão no Cone Sul, LPM, 1999.
Teses e dissertações em comunicação no Brasil, UFRGS, 1998.
Ditaduras e indústrias culturais no Cone Sul da América Latina, Universidade, 1991.
Televisão e capitalismo no Brasil, LPM, 1982.
Comunicação de massa sem massa, Summus, 1979.
Publicações Literárias
A conquista da liberdade segundo os pássaros, 2000.
CAPPARELLI, S., GRUSZYNSKI, A.C. Ciberpoesia, 2000.
CAPPARELLI, S., GRUSSZYNSKI.,W3Haus. Zoom na Poesia, 2000.
A árvore que dava sorvete. Projeto, 1999.
O Batedor. L&PM, 1998.

O filho do padeiro. L&PM, 1997.
CAPPARELLI, S. Gilgamesh (tradução). Projeto, 1997.
33 Ciberpoemas e uma fábula virtual. L&PM, 1996.
Gaspar e a linha Dnieperpetrovski. L&PM, 1995.
O velho que trazia a noite. Kuarup,1994.
As meninas da Praça da Alfândega. L&PM, 1994, 3º edição.
A Casa de Afrodite. L&PM, 1993, 2º edição.
Tigres no quintal. Kuarup, 1991, 3º edição.
Paciência tem hora. L&PM, 1989.
Come Vento. L&PM, 1988, 7º edição.
A mochila de Gobi. L&PM, 1987, 5º edição.
As estrêlas de Doutor Otto. Antares, 1987.
Restos de Arco Iris. L&PM, 1985, 4º edição.
A jibóia Gabriela. L&PM, 1984, 5º edição.
Meg Foguete. L&PM, 1984, 6º edição.
O dia em que o Alegrete atravessou a fronteira. L&PM, 1983.
Boi da Cara Preta. L&PM, 1983, 23º edição.
Dondinho dá um jeito. L&PM, 1982, 5º edição.
Ana de Salto Alto. L&PM, 1982, 5º edição.
Vovô fugiu de casa. L&PM, 1981, 16º edição.
Os meninos da rua da Praia. L&PM, 1979, 30º edição.
Quebra-Quebra . Porto Alegre, Editora L&PM, 1978, 3º edição.
Andrômeda . Porto Alegre, Editora Mercado Aberto, 1976.

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2000

Sérgio Mattos

Comunicação e Literatura

Por Maria Cristina Gobbi

Sorriso aberto, humor contagiante e a tranqüilidade típica daqueles que assumiram a baianidade que reveste de sensibilidade quem vive nesse Estado maravilhoso do país. O professor **Sérgio Augusto Soares Mattos** nasceu em Fortaleza, no Ceará, mas desde 1959 vive em Salvador, tendo recebido, inclusive, o título de cidadão baiano, outorgado pela Assembléia Legislativa.

Nasceu em 1º de julho de 1948, casado, pai de cinco filhos, sendo três enteado, e avô. Essa é uma das facetas de Sérgio. Aliada a ela agregamos o perfil de jornalista, acadêmico, pesquisador, escritor, poeta, compositor, eclético nas atividades e profundo nas escolhas. E não é possível falar desse nordestino sem passar, ainda que de forma breve, por todas elas.

Sérgio começou a trabalhar cedo, aos 14 anos. Aos 16 anos, iniciou sua carreira no Jornalismo, no jornal "A SEMANA", da Arquidiocese de Salvador, onde fazia de tudo, inclusive trabalhando nas oficinas gráficas, passando pela redação e distribuição.

Cursou o antigo ginasial no Seminário Central da Bahia e no Ginásio São Bento; o científico (atual segundo grau) no Colégio Central da Bahia, "instituição conhecida pela qualidade do ensino na época, equivalente ao do Colégio Pedro II (RJ), mas, também, pelo destaque alcançado por seus ex-alunos, entre os quais o cineasta Glauber Rocha e o compositor Caetano Veloso[78]".

78. Entrevista cedida a Iluska Coutinho e presente no livro organizado por Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, *Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros*, editado Sulina/Corage

Fez Jornalismo na Universidade Federal da Bahia (UFBA), no período de 1968 a 1971. Entre os anos de 1979 a 1980, fez mestrado em Comunicação na Universidad do Texas, Austin, Estados Unidos, sob a orientação de Jorge Reina Schement, com o trabalho *The Impact of Brasilian Military Government on The development of TV in Brasil*, obtendo o título no ano de 1980. Ingressou imediatamente no doutorado, na mesma Universidade, sob a orientação de Emile McAnany. Defende, no ano de 1982, a tese de doutoramento com o título *Domestic and Foreign Advertising in Television and Mass Media Growth: A Case Study of Brazil.* Os dois trabalhos (dissertação e a tese) estão publicados em inglês pela Klingesmith Independent Publisher (1982) e se constituem, como afirma Sérgio, a espinha dorsal de suas obras no campo acadêmico.

Foi o primeiro doutor do curso de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação, da Universidade Federal da Bahia (FACOM/UFBA), embora já integrasse (1973) o corpo docente da Faculdade. Durante os anos em que foi professor, acumulou uma série de outras atribuições, como: Chefe do Núcleo de Publicações, Coordenador do Centro Editorial e Didático, Coordenador-substituto do Colegiado e Chefe do Departamento de Jornalismo, atividade que desenvolveu durante quatro anos e colaborou com a instalação do Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea da Facom.

Na UniBahia, localizada no município de Lauro de Freitas, em 1975, aprovado em concurso público, tornou-se professor, permanecendo até dezembro de 1997, quando se aposentou como professor Adjunto IV. Foi, também, diretor da Coordenação de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação (COEPP) até agosto de 2007. No ano de 2000, assumiu a direção do campus de Ciências Humanas, coordenando o curso de Jornalismo e Relações Públicas da instituição.

É professor aposentado da UFBA, onde mesmo assim continuou orientando alunos do mestrado e do doutorado da Facom, até dezembro de 2001 (sem qualquer vínculo empregatício ou remuneração).

Desde a década de 1970, vem realizando e orientando pesquisas sobre o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, no Brasil, acercando-se da televisão como mote central. É autor de inú-

meros trabalhos acadêmicos, tendo escrito dezenas de artigos, capítulos de livros e livros na área da comunicação, que foram publicados no Brasil e no exterior. Ganhou vários prêmios que notabilizam essa trajetória. E profissionalmente, tem atuado também como consultor na área da comunicação.

Como ele mesmo afirma,

> Durante meu curso universitário eu já atuava na imprensa diária de Salvador, mas sempre tive uma queda pela pesquisa e foi exatamente no período da formação universitária que exercitei minhas primeiras pesquisas no campo do jornalismo (censura dos meios de comunicação) e sobre veículos (jornal, rádio e televisão) que, por sinal, persistem até hoje como meus campos de pesquisa preferidos (MATTOS, 2004[79]).

Parte significativa da trajetória de Sérgio Mattos está ligada à pesquisa e ao ensino da comunicação, mas sempre manteve no exercício do jornalismo diário um de seus ideais, desempenhando inúmeras funções editoriais nos jornais baianos. Como jornalista, vem realizando atividades de editor, além de ter desenvolvido inúmeros projetos e implantado produtos na mídia regional da Bahia. Trabalhando no jornal "A Tarde", de Salvador, desde 1971, em 1985 assumiu a função de editor de Município, sendo responsável pela edição de três suplementos semanais e de uma página diária até 2003. Com sua saída do jornal, fundou a empresa SMattos Consultoria e Comunicação. Também, na década de 1980, foi diretor do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB).

Como escritor, no período de 1991 a 1995, foi presidente do Instituto Baiano do Livro (IBL). Dois anos mais tarde, em abril de 1997, Mattos retorna ao IBL como vice-presidente, para cumprir um mandato de dois anos, regressando, novamente, como, presidente no ano de 1999. Nesse mesmo ano, foi diretor de redação e editor chefe da revista "Néon", dedicada à cultura e à história e, em 20 de dezembro tomou posse como presidente da Academia de Letras e Artes de Salvador.

79. Entrevista cedida a Iluska Coutinho e presente no livro organizado por Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, *Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros*, editado pela Sulina/Corage.

Tem contribuído de forma significativa com a Intercom, no qual coordenou o Grupo de Trabalho (GT) Televisão, desde sua criação, em 1994, permanecendo até 2000, quando da alteração de GT para NP.

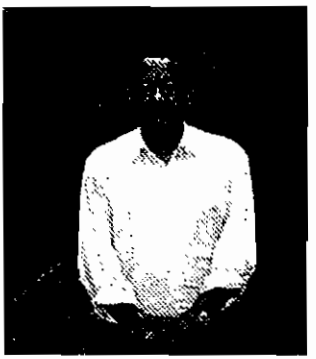
No campo literário, como poeta e compositor, com vários livros editados e dezenas de composições gravadas, é possível conhecer um pouco da pluralidade combinada com a simplicidade do homem nordestino, que consegue retratar o sofrimento e a desigualdade sem perder a fé, o amor e a esperança. E essa oblação começou cedo, aos 11 anos de idade, quando ainda era interno do Seminário Central da Bahia. Seu primeiro poema foi publicado no ano de 1965. Desde então, tem participado de várias antologias poéticas, publicando trabalhos em revistas, jornais e na Internet, além da edição de diversos livros individuais. Como letrista (em parcerias) tem várias músicas gravadas por inúmeros intérpretes, além de possuir múltiplos CDs individuais. Publicou seus poemas em revistas de literatura e em suplementos de jornais.

Finalmente, Sérgio Mattos ganhou o Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – na categoria Maturidade Acadêmica. Outras informações sobre ele podem ser encontradas no perfil escrito por Iluska Coutinho, que está no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Sérgio Mattos mantém uma página *web*, no endereço: www.sergiomattos.com.br. Além de mais de 10 CD's e poemas, disponibilizamos abaixo a lista de algumas de suas mais de 30 publicações na área da comunicação e no campo literário.

Campo da Comunicação
Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no Mundo, Paulus, 2005.
História da Telcvisão Brasileira: uma Visão Econômica, Social e Política, Vozes, 2002.

Imparcialidade é mito, Unibahia, 2001.
A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000), PAS/Edições IANAMÁ, 2000.
A Televisão na era da globalização, INTERCOM/GT DE TV, 1999.
A Televisão e as políticas regionais de comunicação, INTERCOM, 1997.
A televisão e a cultura no Brasil e na Alemanha, ICBA/Editora GRD, 1997.
O Controle dos meios de comunicação, UFBA, 1996.
A Tarde Municípios: Uma experiência jornalística voltada para o municipalismo, a Tarde, 1993.
Bibliografia dos docentes do departamento de jornalismo: Produção Científica, Literária e Artística. FACOM/UFBA, 1993.
Censura de Guerra: da Criméia ao Golfo Pérsico, Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado da Bahia, 1991.
Um Perfil da TV Brasileira: 40 anos de história (1950-1990), ABAP-BA/ATARDE, 1990.
The Development of Communieation Polieies Under The Peruvian Military Government: 1968 – 1980, V. Klingensmith Independent Publisher, 1982.
The Impact of the 1964 – Revolution on Brazilian Television. V. Klingesmith Independent Publisher, 1982.
A Batalha de Natal, UFBA, 1978.
Estudos de Comunicação, Arco Iris, 1975.
Campo da Literatura
Fio Condutor, 2005.
Étendard, GRD, 1999.
Trilha Poética. São Paulo, GRD, 1999.
Asas para Amar, Marfim, 1995.
Estandarte, GRD, 1995.
Lançados ao Mar. Franco Produções, 1985.
I No longer Sing, I Cry (Já Não Canto, Choro), Tejidos Publication, 1980.
Já não canto, choro (versões em Português e Inglês), 1980.
Time's Sentinel. Austin, Texas, 1979.
O Vigia do Tempo, UFBA, 1977.
Nas Teias do Mundo, Empresa Gráfica da Bahia, 1973.



Fonte: On-line[80]

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2001

Muniz Sodré

Contador de Histórias

Por Maria Cristina Gobbi

Muniz Sodré de Araujo Cabral nasceu no dia 12 de janeiro de 1942, em São Gonçalo dos Campos, Bahia. Como ele afirma "(...) Não poderia ter nascido em outro lugar: sou um resultado étnico de tupinambá, cigano e nagô, evento que, nessa combinação, só na Bahia".

Fez o primeiro e segundo graus nos Colégios Estadual de Feira de Santana e Central de Salvador. Graduou-se em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal da Bahia.

Trabalhou na Superintendência de Turismo da Prefeitura. Depois, no Jornal da Bahia, de cuja fundação participou. "Lá também estavam Glauber, Ubaldo, Lauzier, Wilter, João Carlos Teixeira Gomes, Ariovaldo Matos, Gorender e muitos outros. O Jornal da Bahia e as publicações estudantis que coordenei foram as minhas escolas de jornalismo", afirma Muniz em seu discurso no "Prêmio Luiz Beltrão".

No Rio de Janeiro, pós 1964, trabalhou no "Jornal do Brasil", "Manchete", "Fatos & Fotos", foi *free-lance* de "Visão" e de algumas publicações estrangeiras, tendo sido editor do periódico *Cadernos Bloch de Comunicação.*

No ano de 1966, foi fazer o mestrado em Sociologia da Informação, na Sorbonne (Paris IV), hoje Institut Français de Presse et des Sciences de l'Information, orientado por Maurice Mouillaud.

> De volta ao Rio em 1968, novamente na imprensa, onde se vivia em atmosfera de banheiro público, ou seja, em ambiente

80. Material disponível: http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2003/11/268013.shtml, pesquisado em fevereiro de 2008.

> irrespirável, devido ao recrudescimento do regime militar. Depois do AI-5, a imprensa era, para mim, uma ilusão perdida. É verdade que foi um momento de astúcia para a imprensa diária, de rasgos de coragem da imprensa semanal e de criativa para a imprensa alternativa, vide O Pasquim. Mas, para mim, o jornalismo e seus compromissos burocrático-empresariais tornaram-se sufocantes. Decidi respirar outros ares[81].

E assim também começou sua dedicação ao ensino da comunicação, tanto na graduação, como no programa de Pós-Graduação. Já, nos anos de 1973, inicia sua carreira de professor. Por essa época, conheceu e tornou-se amigo e discípulo do professor Emmanuel Carneiro Leão, sob cuja égide (com o apoio do professor Simeão Leal) nasceu o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E, por esse mesmo período, também ingressou na Universidade Federal Fluminense. Como Muniz afirma "(...) publiquei então, um livrinho, quase um panfleto, intitulado *A comunicação do grotesco*, que foi bem recebido e me animou a continuar publicando sobre comunicação e cultura", continua ele[82].

> Foi a paixão pela linguagem – idiomas, literatura, análise dos sistemas lingüísticos, retórica, dialética – que me trouxe para o campo da Comunicação. Mas o meu objeto teórico é cultura – tanto a produzida pela mídia – portanto, a indústria cultural, a tecnocultura – quanto aquela que a mídia exclui, isto é, a do povo em sua versão negra. Disto falam os meus livros. Disto tenho falado insistentemente nos congressos, nos seminários, nos cursos, nas entrevistas de jornal, rádio e televisão.

Fez o doutorado em Letras na Universidade do Rio de Janeiro. Entre os anos de 1979 a 1980, retorna a Paris para fazer o Pós-doutorado. De volta ao Brasil, presta concurso (1984) e torna-se professor-titular da UFRJ, onde exerceu o cargo de diretor e coordenou o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. É professor-visitante de várias universidades estrangeiras.

81. Discurso proferido quando ganhou o Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", no ano de 2001.
82. Idem.

Sua paixão pelo estudo da comunicação fica evidente em suas publicações. Muniz tem contribuído de forma significativa para o entendimento das teorias e das práticas jornalísticas e sobre esse quesito afirma,

> Sou mesmo, em última análise, um narrador, um contador de histórias, uma extensão urbana do Akpalô africano e do pajé tupinambá. Conto, tentando pensar. Pensar, diz Nietzsche, é meter o corpo. Eu digo: é arriscar-se corporalmente, como um capoeira, à consciência da paixão de existir. A filosofia, que adoro ler e comentar é, assim, a experiência da paixão de viver e de contar casos disfarçados em análise; Platão é um fantástico contador de histórias profundas e nunca tediosas; Kierkegaard, um cronista de alma torturada; Heidegger, um poeta extraordinário, que jamais conseguiu fazer um verso; Nietzsche, um verdadeiro artista do texto; Wittgenstein, um repórter investigativo, que passou a vida tentando apurar a consistência do discurso filosófico; Barthes, um grande leitor, um redescritor de textos; Baudrillard, um inventor de fábulas reflexivas. E assim por diante. Wittgenstein diz logo no início do Tractatus que "mundo é tudo que é caso". Eu concordo e remendo, homenageando a "folk-comunicação" de Luis Beltrão: mundo é tudo que é **causo**. Jornalismo é também uma arte reflexiva da narração de casos. Por isto, carrego com satisfação o título de jornalista, mas não confundo esta função com a gerência empresarial da notícia ou do texto. Jornalismo, para mim, é uma tarefa comprometida com o espírito público (e ativo, transformador de mundo) da filosofia e não com o registro burocrático da atualidade. Prefiro o jornalismo de Marx ao de Hearst. E acho que jornalismo com novíssimas tecnologias, como o que se pratica na internet, só será realmente novo, quando disser ética, técnica e politicamente a que veio.

Difícil tratar de uma única faceta desse homem plural em seu conhecimento e singular em suas verdades. O jornalista, sociólogo, escritor é professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro, na Escola de Comunicação, atualmente exerce o cargo de diretor da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro. Foi ganhador do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação" – na categoria Maturidade Acadêmica no ano de 2001.

É considerado um dos mais conceituados pesquisadores brasileiros e latino-americanos no campo da Comunicação e do Jornalismo. Pertencente à geração dos inovadores da Escola Latino-Americana de Comunicação, é autor de vários textos e livros, dentre os quais disponibilizamos abaixo uma lista. Outras informações sobre ele podem ser encontradas no perfil escrito por Raquel Paiva, que está no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Abaixo lista de alguns livros publicados pelo professor Muniz Sodré.

As estratégias sensíveis – afeto, mídia e política. Vozes, 2006
A Comunicação Revisitada – Livro da XIII Compós 2004. Sulinas, 2005.
Sociedade, Midia e Violência. Sulinas, 2004.
Cidade dos Artistas – Cartografia da Televisão e da Fama do Rio de Janeiro. Mauad, 2004.
O Império do Grotesco. Mauad, 2002.
Clínica e Sociedade: uma Homenagem Inês Besouchet, Gryphus, 2002.
Corpo de Mandinga. Manati, 2002. v. 1.
Antropológica do Espelho. Vozes, 2002. v. 1.
Multiculturalismo. DP&A, 1999.
Claros e Escuros. Vozes, 1999.
Samba – O dono do corpo. Mauad, 1998.
Reinventando la Cultura. Gedisa, 1998.
La Città e il Tempi. Roma: Settimo Sigillo, 1998.
Direitos Humanos no Cotidiano. SNDH-USP, 1998.
Anatomia da Crise. Revan, 1998.
Reinventando a Cultura. Vozes, 1997.
Um Vento Sagrado. Mauad, 1996.
Rio, Rio. Relume-Dumará, 1995.
A Verdade Seduzida – Por Um Conceito de Cultura No Brasil. Francisco Alves, 1994.
Bola da Vez. Notrya, 1993.
O Social Irradiado – Violência Urbana, Neogrotesco e Mídia. Cortez, 1992.

A Máquina de Narciso. Cortez, 1992.
O Brasil Simulado e o Real. Rio Fundo, 1991.
O Bicho que chegou à Feira. Francisco Alves, 1991.
Rede Imaginária: Televisão e Democracia. Companhia das Letras, 1991.
O Texto nos Meios de Comunicação. Francisco Alves, 1990.
A Verdade Seduzida. Codecri (1983)/Francisco Alves (1988), 1988.
Santugri, Editora: Jose Olympio, 1988
Televisão e Psicanalise. Ática, 1987.
A Reportagem como Gênero Jornalístico. Summus, 1986.
Best-Seller – A Literatura de Mercado. Ática, 1985.
O Monopólio da Fala. Vozes, 1982, 2001.
A Ficção do Tempo: Análise da Narrativa de Ficção Científica. 1973.

Fonte: professor Costella e Chiquinho[83]

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2002

Antonio Costella

Sensibilidade

Por Maria Cristina Gobbi

Jornalista, advogado, artista plástico, professor e um grande apaixonado por animais. Essas são algumas facetas do pesquisador **Antonio Fernando Costella**. De fala mansa, baixa, e muita tranqüilidade, este contador de causos e de histórias inigualável, nasceu em 29 de março de 1943, em São Paulo.

Lecionou na Universidade de São Paulo, na Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, Universidade de Taubaté, no Centro Universitário UniFiam e inclusive na Europa – Escola Superior de Jornalismo do Porto, Portugal – entre outras, contando com uma experiência de mais de 30 anos.

O professor Costella é Bacharel em Direito (1965), pela Universidade de São Paulo. Inicialmente, atuou como professor de História e Legislação dos Meios de Comunicação na pioneira Faculdade de Comunicação Cásper Líbero. Posteriomente, integrou a equipe responsável pela implantação dos cursos de graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde atuou no período de 1970-1979.

Um pouco antes, na década de 1950, começou a estudar desenho e pintura com grandes mestres, como Vicente Mecozzi, Anna Russo Morrone e Camargo Freire. Na década de 1980, fez cursos de xilogravura e de escultura em madeira, no Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo, e freqüentou a academia "La Grand Chaumiére", em Paris (1981).

83. Material disponível na *web*, pesquisado em fevereiro de 2008 e pode ser consultado no endereço: http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/exposicoes/exposicao_artejornalismo/expo_virtual/virtual3.htm.

Participou de exposições, tanto no Brasil (em 1982, exibiu no MASP, com apresentação de Pietro Maria Bardi, sua obra "Xilopoemas") quanto no exterior ("International Print Exhibit, Taipei, 1983; "48th Exhbition of the Society of Wood Engravers, Londres, 1984; "Grabados Brasil", Havana, 1993; "Panorama da Xilografia Brasileira", Madri, 1994; etc.) e xilogravuras de sua autoria constam do acervo de museus e instituições de diversos países [84], como no Centro Cultural de São Paulo", em São Paulo, Estado de São Paulo, "Galleria Nazionale DÁRTE Moderna e Contemporânea, em Roma, Itália; "Herefordshire Museums", Inglaterra, "Museo Civico L. Bailo", em Treviso, Itália; "Museo d'Arte Moderna di Ca'Pesaro", em Veneza, na Itália; "Museu de Arte Contemporânea", em São Paulo, "Museu de Arte do Rio Grande do Sul", em Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul; "Museu de Arte Moderna – MAM", de São Paulo, "Museu de Arte de São Paulo – MASP", de São Paulo, "Museu Nacional de Belas Artes", no Rio de Janeiro, "Museu do Louvre", em Paris, França, "Palácio Real " em Amsterdam, na Holanda, "Palácio Real" de Bruxelas, na Bélgica; "Palácio Real" de Madrid, Espanha, "Pinacoteca do Estado de São Paulo", em São Paulo e "Museu do Vaticano", em Roma[85].

Essa sua paixão pela arte o entusiasmou a fundar, no ano de 1987, o Museu "Casa da Xilogravura[86]", na cidade de Campos do Jordão, em São Paulo. Espaço que cuida, zela e enriquece, diariamente, com sua dedicação e carinho. Conta com a ajuda de sua esposa e diretora técnica, Leda Campestrin, e da assistente Márcia de Faria (as duas também são artistas). *O acervo reúne mais de 2 mil obras de mais de 300 xilógrafos de todo o mundo. A Casa foi* aberta, no dia 17 de julho de 1987 e nas suas 22 salas reúne grandes mestres como: Oswaldo Goeldi, Lasar Segall, Lívio Abramo, Marcello Grassmann, Maria Bonomi e

84. Fátima Feliciano. Material disponível na *web*. Pode ser pesquisado no endereço: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/dic_a2.htm, pesquisado em fevereiro de 2008.

85. Osmar Mendes Júnior. Material disponível na *web* e que pode ser pesquisado no endereço: http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/exposicoes/exposicao_arte-jornalismo/expo_virtual/virtual3.htm, pesquisado em fevereiro de 2008.

86. A Casa da Xilogravura está localizada na avenida Eduardo Moreira da Cruz 295, no bairro do Jaguaribe, em Campos do Jordão. Abre de quinta a segunda-feira, das 9 às 12 horas e das 14 às 17 horas. Entrada: R$ 1,00 (grátis para menores de 12 anos e maiores de 65 anos). Informações pelo telefone (012) 3662-1832.

Renina Katz entre tantos outros. A título de curiosidade, a casa foi construída em 1928 para abrigar o Mosteiro de São João, de irmãs beneditinas e, por si só já se constitui um espaço privilegiado.

O Chiquinho, o cão que protagonizou várias etapas da vida do professor Costella, também foi uma fonte de inspiração, sendo o artista principal de uma coleção de livros. "Ele tem uma importância muito grande na minha vida, mudou muito a minha maneira de pensar as coisas e me levou a ter uma visão mais ecológica do mundo, de respeito aos animais e à natureza".

Costella também se destacou como pesquisador na fronteira entre o Direito e a História da Comunicação, sendo autor de vários livros, ensaios, dezenas de artigos jornalísticos e pareceres jurídicos, além de quase duas dezenas de livros de ficção.

Exerceu várias funções públicas nas Secretarias de Educação e Cultura das cidades de São Paulo e Campos do Jordão e no Ministério da Educação, no Estado de São Paulo. Ganhou o Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2002", na categoria "Maturidade Acadêmica".

Atualmente, é membro do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo, além de diretor editorial da Editora Mantiqueira de Ciência e Arte. A editora, cuja sede é o próprio museu Casa da Xilogravura, nasceu com o intuito de manter este último. Assim, os lucros da Editora são revertidos inteiramente ao Museu.

Mais detalhes sobre a vida e a obra do professor Costella estão no perfil escrito por Samantha Castelo Branco, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Entre suas diversas obras, quase três dezenas de livros, estão trabalhos na área do Direito, da Comunicação, livros de ficção, além de dezenas de ensaios, artigos e pareceres. Abaixo disponibilizamos um rol de alguns trabalhos do professor.

Área da Comunicação e do Direito
Comunicação: do grito ao satélite. Mantiqueira, 1ªed, 1978, 5ª ed. 2002
Legislação da Comunicação Social. Mantiqueira, 2002.
Da Caverna à Galáxia, Capítulo de "Comunicação em Debate". Moderna, 1997.
Direito da Comunicação. Revista dos Tribunais. 1976/1978.
Os Crimes contra a honra e os meios de comunicação. ECA/USP, 1972.
O Controle da Informação no Brasil. Vozes, 1970.
Literatura geral infanto-juvenil e técnico
Campos do Jordão em Seu Bolso. Edições do Autor, 2006
Breve História Ilustrada da Xilogravura. Mantiqueira, 2003.
Patas 4 – A Odisséia final. Mantiqueira, 2000.
Como cuidar caninamente de seu cão. Mantiqueira, 1998.
Ter cão é coisa séria. Mantiqueira, 1998.
Para Apreciar a Arte: Roteiro Didático. SENAC SP – 1ª Ed., 1997.
Bucéfalo, o grande. Mantiqueira, 1996.
Dick, o herói. Mantiqueira, 1996.
Cacareco, o vereador. Mantiqueira, 1996.
Frederica vai à Lua. Mantiqueira, 1996.
A Gata Mícholas e a praça. Mantiqueira, 1996.
O ladrão das palavras. Mantiqueira, 1996.
Um nariz muito especial. Moderna, 1996.
Patas 3 – Ossos de Pizza. Mantiqueira, 1995.
Vida de Cachorro – Biografia não autorizada. Mantiqueira, 1995.
Patas 2 – A Viagem Continua, Mantiqueira, 1994.
O Chão e a Nuvem. Mantiqueira, 1994.
Patas na Europa. Mantiqueira, 1993.
Currículo do Tempo. Mantiqueira, 1991.
Xilogravura – Manual Prático. Mantiqueira, 1987.
Para apreciar a Arte. Mantiqueira, 1985.
Introdução à Gravura e História da Xilografia. Mantiqueira, 1ª Ed., 1984.
Xilopoemas. Edição do Autor, 1982.

Fonte: Folha On-Line[87]

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2003

Carlos Eduardo Lins da Silva

O Jornalista e o Acadêmico

Por Maria Cristina Gobbi

Paulista, nascido na cidade de Santos, no Estado de São Paulo, em 31 de outubro de 1952, **Carlos Eduardo Lins da Silva** graduou-se em Jornalismo no ano de 1973, na Faculdade Cásper Líbero. Iniciou a carreira jornalística entre os anos de 1971 a 1973, como membro da equipe de reportagem do "Diário da Noite", "Diário de São Paulo" e "Tribuna de Santos", ainda como estudante.

Foi sub-editor de educação dos "Diários Associados" e redator do suplemento "Jornal de Domingo", do "Diário de São Paulo", entre 1974 e 1975.

Nos anos de 1975, foi para Michigan fazer seu mestrado na Michigan State University e não parou de atuar na área do Jornalismo, sendo então correspondente internacional dos "Diários Associados", nos Estados Unidos e Redator da coluna Ponto Crítico, do "Diário de S. Paulo".

Na área acadêmica, foi professor, entre os anos de 1976 a 1978, da Cásper Líbero, da Universidade Católica de Santos (Unisantos), do Instituto Metodista de Ensino Superior (atual Universidade Metodista de São Paulo) e da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Nesse período, aliando o acadêmico com o jornalista, foi redator-chefe do jornal "Raízes", do movimento ecológico de Santos, redator e editor dos "Cadernos de Comunicação Proal", no ano de 1977.

87. Material disponível na *web*, no endereço: http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u373551.shtml, pesquisado em fevereiro de 2008.

Entre 1979 a 1981, foi Professor visitante da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e, no ano de 1980, editor do jornal "Salário Mínimo", da Cooperativa dos Jornalistas de Natal – Coojornat.

Ainda, no período de 1981 a 1984, foi vice-presidente e secretário-geral da sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e editor de Cadernos de Pós-Graduação – Comunicação Social (1982). Também exerceu os cargos de redator e editor do Boletim Intercom, redator e editor da revista "Crítica da Informação", editor da revista "Comunicação e Sociedade" e jornalista responsável pelo "The Chronicle of the British Chamber of Commerce in Brazil", todos em 1983.

Entre 1984 e 1987, foi secretário de Redação da "Folha de S. Paulo" e, em 1987, foi diretor de Planejamento e Recursos Humanos da empresa Folha da Manhã. E, nesse mesmo, ano apresenta, na ECA/USP, a tese de livre-docência com o título Mil dias: os bastidores da revolução de um grande jornal.

Entre 1987 e 1988, foi pesquisador sênior do Woodrow Wilson International Center for Scholars, onde foi responsável por projeto de pesquisa sobre a influência do jornalismo americano no jornalismo brasileiro; projeto posteriormente publicado, no Brasil, na forma de livro.

Foi correspondente internacional da "Folha de S. Paulo", em Washington – D.C. (1988-1991) e em 1992, diretor da sucursal de Brasília da "Folha de S. Paulo". Em 1989, foi professor visitante da Faculdade de Comunicações, Artes e Ciências da Michigan State University, onde ministrou curso de graduação sobre a televisão brasileira.

No ano de 1994, foi agraciado com o Prêmio "Maria Moors Cabot", da Columbia University e, em 2003, com o Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação".

Entre os anos 1977 a 1996 foi Professor assistente no Departamento do Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Responsável pelo jornal experimental dos alunos; ministrou diversos cursos sobre Jornalismo brasileiro e internacional, ética no Jornalismo, conceito da notícia, meios de comunicação de massa e meio-ambiente, Jornalismo e sociedade, tanto para cursos de graduação quanto pós-graduação.

Nos anos de 1991 a 1992 – Professor visitante do Latin American Center da Georgetown University, onde ministrou curso de graduação sobre meios de comunicação de massa e política e desenvolveu estudos sobre meios de comunicação de massa e meio-ambiente.

Membro, em 2000, da delegação brasileira na 15ª Atlantic Conference, patrocinada pelo Chicago Council on Foreign Relations, que reúne, a cada dois anos, aproximadamente 50 líderes políticos e acadêmicos das Américas e da Europa Ocidental para um círculo de discussões reservadas sobre assuntos de cunho político, social e econômico. Membro, no mesmo ano, da delegação brasileira no Seminário sobre a América do Sul, que reuniu 40 acadêmicos sul-americanos para fornecer sugestões de temas aos chefes de Estado, participantes do Brasília South American Summit.

Fundador, em 2002, e membro do IEEI (Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais), instituto de estudos econômicos e de relações internacionais, sediado em São Paulo. Foi diretor-adjunto de Redação do jornal "Valor Econômico", até fevereiro de 2004. A partir de 2004, inicia sua trajetória na Patri – Relações Governamentais e Políticas Públicas, empresa multinacional brasileira de relações governamentais, exercendo o cargo de diretor de Relações Institucionais (2004-2008).

Foi pesquisador do Wilson Center (Washington), docente da Georgetown University (Washington) e escritor-residente da University of Texas (Austin). Exerceu diversos cargos em redações dos principais jornais do país. É membro do Grupo de Análise de Conjuntura Internacional (Gacint), da Universidade de São Paulo. Autor de vários livros, artigos, pesquisas sobre temas midiáticos.

Ademais, na produção bibliográfica de Carlos Eduardo, duas obras merecem referência especial. A primeira é a sua tese de doutoramento, um estudo balizado na busca de compreender como agia a consciência crítica das classes populares diante do que era exibido todas as noites, desde 1969, no telejornal de maior audiência do país, o "Jornal Nacional", da Rede Globo. O livro originado da tese – Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores –, foi publicado pela Summus Editorial e tornou-se, a partir de 1985, um *best-seller* nacional, adotado em quase todas as escolas de Comunicação do país. Nas

conclusões do estudo, o Autor reconhecia, mesmo nas camadas mais humildes da população, a existência de uma consciência crítica face ao fenômeno televisivo. A segunda é a sua tese de livre-docente, defendida na ECA/USP, em 1987, com o título Mil dias: os bastidores da revolução de um grande jornal. Ousada, acima de tudo polêmica, mas uma contribuição ímpar, pelas condições em que foi elaborada, pois o autor era tanto o pesquisador como o profissional engajado no programa de mudanças desencadeado pela "Folha de S. Paulo", o chamado Projeto Folha, iniciado em maio de 1984[88].

Em fevereiro de 2008, assumiu o comando do programa "Roda Viva", exibido pela TV Cultura. Posteriormente, em abril, assumiu o cargo de *ombudsman* do Jornal *Folha de S. Paulo*.

Mais detalhes sobre a vida e a obra do professor Carlos Eduardo estão perfil escrito por Adolpho Queiroz, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Entre suas diversas obras, destacamos,

Mil Dias: Seis Mil Dias Depois, 2a. edição, Publifolha, 2005.
Um País Aberto. Reflexões sobre a Folha de S.Paulo e o Jornalismo Contemporâneo. André Singer, Carlos Eduardo Lins da Silva, Otavio Frias Filho, José Marques de Melo e Maria Helena Rolim Capelato, 1ª ed. Publifolha, 2003.
O Marketing Eleitoral, 1ª ed. PubliFolha, 2002.
O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. Summus, 1991.
Perfis de Jornalistas. José Marques de Melo e Carlos Eduardo Lins da Silva. ECA/USP, 1991.
Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal. São Paulo, Trajetória Cultural, 1988.

88. PINHO, José Benedito. Medalha "Lins da Silva": um reconhecimento de mérito para a produção bibliográfica brasileira em Ciências da Comunicação. Material apresentado durante o Sinacom 2007, realizado em São Paulo, sob a égide da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Jornalismo laboratorial na Universidade de São Paulo. José Marques de Melo e Carlos Eduardo Lins da Silva. São Paulo: ECA/USP, 1987.
Jornalismo laboratorial na Universidade de São Paulo. José Marques de Melo e Carlos Eduardo Lins da Silva. ECA/USP, 1987.
Comunicação popular e alternativa no Brasil. Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva.
Paulinas, 1986.
Muito Além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. 4ª edi., Summus, 1985.
Comunicação, hegemonia e contra-informação. Cortez/Intercom, 1982.
Estado, sociedade civil e comunicação na América-latina. Cadernos Intercom, n. 3, 1982.
Imprensa sindical na América-Latina. Cadernos Intercom, n. 1, 1982.
Em busca do voto perdido: os meios de comunicação na tentativa de restaurar um pacto populista. Natal: Coojornat/Adurn, 1982.
Ideologia e poder no ensino de comunicação. José Marques de Melo, Anamaria Fadul e Carlos Eduardo Lins da Silva. Cortez/Intercom, 1982.
Jornalismo científico e dependência: o caso brasileiro. Carlos Eduardo Lins da silva, Wilson Bueno e Carlos Alberto Adi Vieira. Brasília: CNPq/Intercom, 1982
Ecologia e sociedade. São Paulo: Loyola, 1979.
Cadernos de Comunicação Proal, nº 1, São Paulo, 1977.
90 Charges Diretas 89, s/d

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2004

Ana Arruda Callado

Uma mulher admirável

Por Maria Cristina Gobbi

Nascida no Recife, em Pernambuco, na localidade de Apipucos, no dia 19 de maio de 1937, veio para o Rio de Janeiro ainda muito jovem, com apenas 8 anos. Filha de José de Arruda Albuquerque e Heloisa Araújo Albuquerque, a jovem **Ana Araújo de Arruda Albuquerque** teve uma infância cercada por muita cultura. O Engenheiro José fazia questão de que todos os seus quinze filhos estudassem principalmente as suas doze mulheres. Ana testemunha: "Meu pai sempre dizia: Minha filha, mulher não pode virar escrava de homem. Tem que ter uma profissão[89]".

Com o empenho dos pais, a dedicação e a disciplina da menina, Ana não fez o curso primário, foi direto para o exame de admissão – era uma avaliação de competência para ingresso no antigo curso ginasial –, no qual foi aprovada. No ano de 1955, entrou para o curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia, onde se formou em 1957.

Ainda como estudante, trabalhou na "Tribuna da Imprensa" e lá, com o pessoal da redação, fez um curso dado pelo Carlos Lacerda. "Que maravilha, que aulas (...) eu nunca esqueci! Com ele descobri, por exemplo, que todo jornalista deve ler sempre o Diário Oficial. Tem muita pauta escondida ali [90]". Depois de formada, querendo

89. ZORNITTA, Bruno; CORRÊA, Leon, VIDAL, Mariana e SALLES, Marcelo. **Entrevista: Ana Arruda Callado Jornalista, professora e escritora**, publicada na web, no endereço: http://www.fazendomedia.com/novas/educacao301005.htm, consultada em fevereiro de 2008.

90. Idem.

aliar os conhecimentos teóricos com a prática jornalística, vai procurar emprego no "Jornal do Brasil". Aceita para o estágio, começando a trabalhar como repórter no dia 1º de abril.

Nesse mesmo ano, ganha o prêmio "Herbert Moses" em Jornalismo, com a reportagem de arquivo "Reforma Agrária: todo mundo fala, mas ninguém faz". Três meses depois de sua jornada como estagiária, Ana foi contratada. Ela declara,

> O chefe de reportagem, o Wilson Figueiredo, era um homem de fina cultura. Um poeta. O Odilo era acadêmico e tudo mais. Mas a reportagem de base era feita por gente muito sem cultura e, principalmente, que não sabiam escrever. Tem uma história muito boa, que eu costumava contar para os meus alunos: um dia o Odilo me chamou em sua sala e eu percebi que tinha muita gente em volta da mesa dele. Entrei. Estavam aqueles caras patetas me olhando, e ele: "Ana, me diga: o que você leu do Machado?" Aí, fiquei vermelha e pensei: esses caras vão achar que eu sou maluca ou que eu estou mentindo, mas vou dizer a verdade. Aí, eu disse: "Tudo!". Foi aquela gargalhada! O Odilo virou-se e disse assim: "Nós estamos rindo porque eu fiz uma aposta: garanti que você era leitora do Machado, porque você chegou aqui botando as vírgulas no lugar." Então, eu acho que eu tinha esse diferencial: eu botava as vírgulas no lugar. E não tinha medo. Uma vez, o Odilo ficou danado comigo porque teve um tiroteio e eu saí, sem ordem, pra cobrir: "Você não pode fazer essas coisas!", ele dizia. No jornal, eu era muito bem cuidada. Os fotógrafos, motoristas (...) pareciam babás comigo, era muito engraçado. Eles me protegiam muito! Foram anos maravilhosos no JB[91].

No ano seguinte, recebeu a Menção Honrosa do "Prêmio Esso", após escrever matérias especiais sobre a infância abandonada.

No ano de 1962, com a greve dos gráficos e a posterior demissão em massa de jornalistas no Estado – os jornais do Rio não circularam por dois dias e oitenta jornalistas foram demitidos – Ana sai do

91. ZORNITTA, Bruno; CORRÊA, Leon, VIDAL, Mariana e SALLES, Marcelo. **Entrevista:** Ana Arruda Callado Jornalista, professora e escritora, publicada na web, no endereço: http://www.fazendomedia.com/novas/educacao301005.htm, consultada em fevereiro de 2008.

"Jornal do Brasil". Em seguida, a convite de Hélio Fernandes, vai trabalhar na "Tribuna da Imprensa".

Em 1966, a convite de Prudente de Morais e Zuenir Ventura, assume no "Diário Carioca", a chefia de reportagem, sendo a primeira mulher a ter tal função. Desde então seu pioneirismo, qualidade de seu trabalho e a paixão pelo Jornalismo foram molas propulsoras de uma carreira muito bem escrita. Em 1967, assume a chefia de redação de "*O Sol*"; em 1968. Secretária de Redação do "Jornal de Vanguarda", na TV Rio; Assumiu a Coordenação Editorial da Editora Delta, de 1971 a 1979, sendo responsável então pela editoração da nova edição de "*O Mundo da Criança*" (15 volumes), enciclopédia *Universal* (em 180 fascículos) e *Enciclopédia Delta Universal* (15 volumes, editada em 1980).

Na década de 1970, retorna ao "Jornal do Brasil", e foi editora do Caderno Infantil do *Jornal do Brasil*, no período de agosto de 1972 a dezembro de 1973. Posteriormente, ocupou a direção da Divisão de Editoração da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, de 1983 a 1988. Coordenadora Editorial da *Revista do Brasil*, editada pela Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, de 1984 a 1987. Editora do *Jornal da UFRJ*, 1994/1995. Coordenadora de Edição da revista *Estudos Feministas*, editada pelo IFCS/UFRJ, de 1992 a 1996; editora da mesma revista, de 1996 a 1999. Jornalista responsável pelo boletim do Conselho Estadual de Cultura, do Rio de Janeiro, "*O Conselho*".

Em sua trajetória, encontramos passagens pelo *Correio da Manhã, Tribuna da Imprensa, Diário Carioca, Revista Senhor, TV Rio,* dirigiu suplementos ou séries de fascículos nas Editoras Bloch, Delta e Revista do Brasil. Foi homenageada como uma das Dez Mulheres do Ano 1999, na área de Letras, pelo Conselho Nacional de Mulheres do Brasil. Membro do Conselho Estadual de Cultura, do Rio de Janeiro, eleita vice-presidente, em abril de 1999, e presidente de junho de 2001 a março de 2003.

Embora tenha sido Bolsista da Organização dos Estados Americanos, no curso do CIESPAL, em Quito, no Equador, em 1962, seu desafio acadêmico começou realmente em meados dos anos de 1970, na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Titular aprovada pelo Conselho Federal de Educação

para a cadeira de Introdução às Técnicas de Comunicação, em 1975, onde posteriormente ocupou o cargo de Vice-Diretora. Lá, permaneceu até 1996, quando, em outubro, obteve sua aposentadoria por tempo de serviço e de contribuição.

Foi professora de Técnica de Redação para Periódicos no Centro Unificado Profissional, de 1975 a 1980; chefe do Departamento de Comunicação, da mesma faculdade em 1980. Professora de Comunicação Comparada e de História da Imprensa, no Brasil, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, de 1980 a 1984.

Professora concursada do Departamento de Comunicação da Universidade Federal Fluminense em 1983 e 1984 (pediu exoneração em agosto de 1984).

Nesse período, mais precisamente, em 1989, defende sua dissertação de mestrado "Os editoriais da Abolição – um momento-chave para a linguagem Jornalística no Brasil", na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Coordenou o I Curso de Atualização em Jornalismo Científico, promovido pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), de 04 de janeiro a 1º de fevereiro de 1993.

Em 29 de setembro de 1995, defendeu sua tese de doutoramento na UFRJ, intitulada "Amazona, Valquíria e Vitória-régia".

Também foi professora de cursos livres na "Oficina Literária Afrânio Coutinho" (OLAC), em 1986 e 1987, e no Museu Histórico Nacional, em 1983, 1984 e 1985. Professora-Adjunta do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, desde agosto de 1997.

Em outubro de 1996, obteve aposentadoria por tempo de serviço e de contribuição e desde então, participa de atividades didáticas eventuais em diferentes universidades brasileiras, proferindo palestras e conferências.

Nomeada, em 2000, integrou a Comissão de Especialistas de Ensino de Comunicação Social. E foi membro da Comissão do Curso de Jornalismo que orientou a prova do Exame Nacional de Cursos de Jornalismo em 2001. Pediu desligamento das duas atividades no ano de 2001.

Viúva de Antonio Callado, com quem foi casada de maio de 1977 a janeiro de 1997, adotou o nome de **Ana Arruda Callado**.

Nesta fase da sua maturidade acadêmica, tem se destacado na luta pela participação da mulher na vida política e cultural, especialmente no jornalismo e na academia. Publicou seis livros, além de inúmeros ensaios em coletâneas e artigos em periódicos ou anais. Planos para o futuro? Ana afirma "Eu quero sossego. Vou morar na roça. Estou construindo uma casinha em Araruama e, apesar de a Lagoa de Araruama estar extremamente poluída, ainda sonho em poder voltar a tomar banho lá[92]".

No *site* do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco, é possível conhecer um pouco mais da trajetória dessa magnífica profissional, professora, pesquisadora e acima de tudo mulher.

Lista das publicações da professora Ana Arruda Callado

Maria Martins. Gryphus, 2004.
Uma aula de matar. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
Jenny – amazona, valquíria e vitória-régia. Rio de Janeiro: DL/Brasil, 1996.
Adalgisa Nery. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1999.
Uma história: muitas vidas, em co-autoria com Vera Cristina Feitosa. Rio de Janeiro: Escola de Textos, 1999.
Dona Maria José: Retrato de uma Cidadã Brasileira, em co-autoria com Denilde Leitão. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
Como se faz um jornal comunitário, em co-autoria com Maria Ignez Duque Estrada. Petrópolis: Vozes, 1985.

92. ZORNITTA, Bruno; CORRÊA, Leon, VIDAL, Mariana e SALLES, Marcelo. **Entrevista:** Ana Arruda Callado Jornalista, professora e escritora, publicada na web, no endereço: http://www.fazendomedia.com/novas/educacao301005.htm, consultada em fevereiro de 2008.

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2005

Murilo César Oliveira Ramos

Comunicação é Poder

Por Maria Cristina Gobbi

Bacharel em Jornalismo, pela Universidade Federal do Paraná – UFPR – (1972), ingressou no corpo docente da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB – (1974), atuando como docente do Curso de Jornalismo.

Completou sua titulação acadêmica na Universidade de Missouri, EUA, onde obteve os títulos de Mestre (1979) e Doutor (1982), em Comunicação, tendo sido agraciado com o diploma de "excelência acadêmica".

Desenvolveu, a seguir, trabalho contínuo de ensino e pesquisa na UnB, participando da pós-graduação, coordenando grupos de pesquisa, chegando a ocupar o cargo de Diretor da Faculdade de Comunicação (gestão 1999-2003).

Publicou 4 livros, 23 capítulos em coletâneas, 9 artigos em periódicos, apresentando 14 trabalhos em eventos científicos, além de outras produções bibliográficas. Orientou 20 dissertações de mestrado e 14 monografias de especialização. Atualmente, é Professor Adjunto IV, na Faculdade de Comunicação da Universidade, de Brasília (UnB), onde coordena o Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom). Optando pelo regime de trabalho em tempo parcial na universidade, vem dirigindo, desde 1985, a empresa ECCO – Estudos e Consultoria de Comunicações Ltda., onde presta assessoria a organismos públicos e privados no campo das políticas de comunicação. Informações detalhadas da sua trajetória estão contidas na Plataforma Lattes – www.cnpq.br

Desde o pós-doutorado, realizado na Universidade Estadual de Campinas, durante o ano letivo de 1994, tem se dedicado a estabelecer interfaces entre a pesquisa comunicacional e a investigação

tecnológica. Especializando-se em avaliação de estratégias comunicacionais e participando da formulação dc políticas públicas, no segmento das telecomunicações e mídias digitais, tem participado ativamente do debatc nacional sobre a economia política da comunicação e da informação, dando demonstrações explícitas da sua maturidade acadêmica.

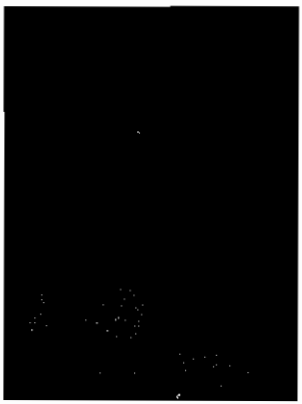
Prof. Dr. Murilo César Ramos, ex-diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade dc Brasília, é espccialista em avaliação de estratégias comunicacionais e formulação de políticas públicas, no segmento das telecomunicações e mídias digitais. Tem participado ativamente do debate nacional sobre a economia política da comunicação e da informação, dando demonstrações explícitas da sua maturidade acadêmica.

No *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco, é possível conhecer um pouco mais da trajetória do pcsquisador.

Os contatos com ele podem ser feitos pelo e-mail: mcr.fac@terra.com.br

Lista de livros do professor Murilo César Ramos

RAMOS, M. C. O.; SANTOS, S. (Org.) . Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. 408
RAMOS, M. C. O. **Às margens da estrada do futuro – comunicações, políticas e tecnologias**, 1999.
CAPPARELLI, S., RAMOS, M., SANTOS, S. A nova televisão no Brasil e na Argentina In: **Enfim, sós. A nova televisão do Cone Sul.** 1. ed. Porto Alegre: LP&M Editores, 1999
RAMOS, M. C. O. Intrigas da Corte – O jornalismo político das colunas sociais. Rio de Janeiro: Corpo da Letra, 1994.
RAMOS, M. C. O. Sonho e Realidade: o movimento docente na Universidade de Brasília 1977-1985. Brasília: ADUnb, 1994.
Trabalhos mais recentes
– **Comunicação, direitos sociais e políticas públicas**, in Cicília Peruzzo e Juçara Brittes (Orgs.), *Sociedade da Informação e Novas Mídias: Participação ou Exclusão?*. São Paulo: Intercom, 2002, pp. 123-130;
– **Do Planeta dos Macacos às Comunidades Virtuais**, in Maria Beatriz de Medeiros (Org.), Arte e Tecnologia na Cultura Contemporânea. Brasília: Universidade de Brasília, 2002, pp. 23-30.



Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2006

Adísia Sá

Uma mulher a frente de seu tempo

Por Maria Cristina Gobbi e
Maria Isabel Amphilo R. de Souza[93]

Maria **Adísia** Barros de **Sá** nasceu, no Ceará, em Cariré. Filha de Hermínia (dona Mimosa) e de José Escolástico (seu Zeca), ambos dedicavam-se à Pensão Sobral, pertencente à família e da qual vinha o sustento de todos.

Cursou o primário nas escolas 7 de Setembro e Imaculada Conceição, onde também fez o primeiro e parte do segundo grau. Também estudou no Colégio São João. E foi, exatamente, no terceiro ano científico que Adísia descobriu Filosofia. Afirma ela,

> Fui para o Curso de Filosofia de livre e espontânea vontade (isto é, não influenciada...). É verdade que ainda aluna do curso secundário fui tocada fortemente por um livro "Compêndio de Filosofia", de Estevão Cruz, cuja leitura me levou a cursar Filosofia, na então Faculdade Católica de Filosofia, que nós, seus alunos, chamávamos de "Faculdade de Filosofia Católica" – dada a sua orientação. Foi no Curso que me encontrei, intelectualmente .

Em 1954, forma-se em Bacharel em Filosofia Pura, pela Faculdade Católica de Filosofia. Posteriormente, em 1962, termina o curso de Licenciada, na mesma área, pela Faculdade de Filosofia, agregada, na época, à Universidade Federal do Ceará.

93. Maria Isabel Amphilo R. de Souza é doutoranda do curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo.

Recém-formada, ingressou na carreira jornalística e permanece, desde então, como uma das grandes referências na área. Entre suas atividades iniciais, destacamos: *Gazeta de Notícias* (1955-1970), *Unitário* (1970-1972), onde era articulista colaboradora de educação; *O Estado* (1972-1976), como articulista colaboradora e, posteriormente, Diretora, *TV Jangadeiro* (1990-1991) e *TV COM* (1996-1997), como comentarista diária; *Jornal Meio-dia*, onde foi articulista e diretora (1997), *TV Manchete (1998)*, comentarista semanal, *Rádio AM O Povo* (1992-1999), comentarista diária e Diretora executiva (1992-1993) e *Ombudsman* (1998-1999) e, finalmente, no *Jornal O Povo*, em que ingressou, em 1984, e foi *Ombudsman* entre os anos 1993-1994; 1995; 1997 e 2000.

Desde seu ingresso no Jornalismo, em 1955, a professora Adísia tem realizado uma carreira dinâmica e atuante, tendo presenciado várias transformações sofridas pela imprensa, mas toda essa experiência foi sempre permeada pela ética e por um profundo sendo de justiça social. Na verdade, Adísia conheceu a essência jornalística desde muito cedo. A indignação com a injustiça, aliada à arte da argumentação e da persuasão desenvolvidas na infância e seu aprendizado no curso de Filosofia, serviram-lhe de base fundamental para o desenvolvimento de um jornalismo ético, o que "traduzia em miúdos" aos seus alunos da Universidade Federal do Ceará, no qual foi docente-fundadora. De perfil crítico, desde a adolescência revelava sua indignação com a injustiça e a admiração pela moral e pela ética. A Filosofia, conforme relata em vários de seus escritos, a ajudou no fazer jornalístico crítico e de perfil denunciador.

Sua carreira acadêmica foi iniciada como professora de Filosofia. Mas, o ingresso no Jornalismo profissional (1955) a conduziu ao campo emergente da comunicação. Tanto assim, que ela lançou os cursos livre de Jornalismo, no início da década de 60, obtendo grande aceitação e influindo na decisão da universidade federal de criar um curso universitário, cuja direção lhe foi confiada pelo Reitor da Universidade Federal do Ceará.

Lecionando, há anos, na Faculdade de Filosofia, na Universidade Estadual e na Universidade Federal, todas no Estado do Ceará, faltava-lhe o título de Doutora para coroar sua carreira acadêmica. Então, por estímulo de Roberto Benjamin, Adísia Sá ingressou na Univer-

sidade Federal Rural de Pernambuco, onde defendeu sua tese de Livre-docência, com grau de Doutor, em 1976. Sua titulação deu-se segundo os cânones do regime antigo, tendo conquistado os diplomas de Livre-Docente pela Universidade Federal Rural de Pernambuco e de Professor Titular pela Universidade Federal do Ceará.

Sua dupla formação permitiu que ela desenvolvesse a interdisciplinaridade. Sua tese de Livre-docência, embasada na Filosofia, vem dar sustentação a uma nova área que emergia na época. Ela buscou as bases filosóficas para elaborar uma Filosofia da Comunicação e, também, contribuiu para a formação de uma subárea recém-criada, no Brasil, que conta ainda com pouco material didático disponível. Seu trabalho foi uma pesquisa-denúncia, tratando de questões como a "Ética" e a "Liberdade de Imprensa", assuntos delicados num contexto ditatorial.

Fundadora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (1965), Adísia Sá completou 50 anos de Jornalismo em 2004, merecendo o reconhecimento da sua corporação de ofício. Nacionalmente conhecida pela autoria da História da Federação Nacional dos Jornalistas, contida no Livro *O Jornalista Brasileiro*, lançado em 1985, revisto e atualizado em 1999, a jornalista cearense foi, também, a primeira mulher a assumir a função de *ombudsman* na imprensa nordestina. Essa experiência, desenvolvida no jornal "O Povo", onde ela trabalhou há muitos anos foi revisitada criticamente no livro "Clube dos Ingênuos" (1988).

Embora mais conhecida pelas novas gerações em decorrência da sua combatividade jornalística, através do jornal e da rádio, Adísia Sá exerceu papel decisivo na formação da comunidade brasileira das Ciências da Comunicação. Ela coordenou, em 1973, o II Congresso Brasileiro de Ensino e Pesquisa em Comunicação, realizado em Fortaleza. Seu livro *Fundamentos Científicos da Comunicação* (1973) foi lido e adotado pelas escolas de comunicação de todo o país. Essa obra didática seria continuada por meio de ensaios publicados na "Revista de Comunicação Social" (1971-1987), por ela fundada e dirigida, bem como através de livros como: Ensino de Jornalismo no Ceará (1979), Biografia de um Sindicato (1981), Comunicação é o Homem (1986), Traços de União – Demócrito Rocha, 110 anos depois (1999).

Primeira mulher a ingressar no Sindicato dos Jornalistas do Estado do Ceará, Adísia Sá integrou várias diretorias da Associação Cearense de Imprensa e da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), onde esteve à frente da Comissão de Ética. Na sua trajetória profissional, atuou em diversos órgãos da imprensa local. É autora de quatorze livros que versam sobre sindicalismo, história da imprensa no Ceará, etc. Atualmente, faz parte do conselho editorial do jornal *O Povo*, onde escreve artigos, semanalmente, fazendo o mesmo no jornal "O Estado". Atua, ainda, como comentarista diária da Rádio AM do Povo/CBN, bem como da Rádio Tempo e TV Fortaleza, vinculada a Câmara Municipal.

Dada a importância de suas contribuições para a área da Comunicação Social, no Ceará e no Brasil, e o exercício incansável da profissão de jornalista a Fanor – Faculdades Nordeste, situada em Fortaleza, em fevereiro de 2004, instalou a ***Cátedra Adísia Sá de Jornalismo***, com o objetivo de promover discussões permanentes sobre a ética na comunicação.

Em 2005, ela foi homenageada pela Universidade Federal do Ceará com a publicação do livro "Adísia Sá – Uma biografia", de autoria de Luíza Helena Amorim.

Atualmente, a professora e jornalista Adísia Sá é comentarista diária da *Rádio AM O Povo* e articulista semanal dos jornais *O Estado* e *O Povo*, neste último, integra o Conselho Editorial. Também é delegada do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Ceará, junto à Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e da Comissão de Ética e Liberdade de Imprensa da mesma instituição, desde o ano de 2001. Também continua lecionando na Academia da Polícia Militar "General Edgard Faço", como professora de Comunicação Social.

No *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco, é possível conhecer um pouco mais da trajetória dessa grande profissional do Jornalismo e pessoa humana extraordinária que é a professora Adísia Sá. Dentre seus vários artigos, textos e demais produção, destacamos os livros,

Lista das publicações da professora Adísia Sá

Metafísica, Para quê?. Imprensa Universitária, UFC, 1971.
Ensino de Filosofia no Ceará.ImprensaUniversitária, UFC, 1972.
Fundamentos Científicos da Comunicação Social. Vozes, 1972.
Fenômeno Metafísico. Imprensa Universitária, UFC, 1975.
Introdução à Filosofia. Imprensa Universitária, UFC, 1975.
Ensino de Jornalismo no Ceará. Imprensa Universitária, UFC, 1979.
Biografia de Um Sindicato: História do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Ceará – 1946 a 1985 – Imprensa Universitária, UFC, 1981.
O Jornalista Brasilciro: História do Federação Nacional dos Jornalistas – 1946 a 1985. Imprensa Oficial do Estado do Ceará, 1985
Capitu conta Capitu (novela) Multigraf, 1992
Clube dos Ingênuos (relato de três anos de ombudsman do jornal O POVO). Fundação Demócrito Rocha, Ceará, 1998.
Traços de união (biografias de Demócrito Rocha, fundador do O POVO e de membros da família que dirigiram e dirigem a empresa nos 70 atos de existência do jornal) (1928/1998). Fundação Demócrito Rocha, Ceará, 1999
O Jornalista Brasileiro. 2ª edição revisada, ampliada, atualizada (1985/1999) Fundação Demócrito Rocha, Ceará, 1999

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

Prêmio Luiz Beltrão 2007

Antônio Carlos Hohlfeldt

As múltiplas faces de um gaúcho de talento

Por Maria Cristina Gobbi

Antônio Carlos Hohlfeldt[94], nasceu em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, em 22 de dezembro de 1948. É jornalista, escritor, professor universitário e político brasileiro. Foi vereador na Capital gaúcha, por quase vinte anos, e vice-governador do Rio Grande do Sul, durante o mandato de Germano Rigotto. Atualmente, é professor na Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS.

Falar de Hohfeldt é sempre um grande desafio. Quer por suas múltiplas atividades ou, então, pela dedicação e atenção dada em cada uma delas. Isso sempre nos brinda com uma produção densa e qualitativa. Então, nosso objetivo principal nesse breve perfil e mostrar um pouco de trajetória plural do professor, pesquisador e político.

Formado em Letras, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), fez seu mestrado e doutorado na PUCRS, na área da Literatura.

Em 1982, foi o primeiro membro do Partido dos Trabalhadores (PT) a se eleger para cargo público no Rio Grande do Sul. Começando, assim, sua atuação política em 8 de abril de 1983, como vereador, em Porto Alegre. Seria reconduzido à Câmara dos Vereadores,

94. Parte significativa das informações do perfil do pesquisador foi coletada na *web*, no endereço: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ant%C3%B4nio_Carlos_Hohlfeldt, em abril de 2008. Outras informações estão disponíveis no site do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, no endercço: www.metodista.br/unesco, pesquisado em abril de 2008 e no endereço: http://www.arikah.net/enciclopedia-portuguese/Ant%C3%B4nio_Carlos_Hohlfeldt, abril de 2008.

por cinco vezes, apenas abandonando o cargo ao ser eleito vice-governador, no final de 2002[95].

No início dos anos 1990, deixou o PT e filiou-se ao PSDB, onde exerceu a presidência estadual, nos anos de 1998 e 1999. Em 2000, foi presidente do Instituto Teotônio Vilela. No ano de 2002, foi indicado pelo partido para compor a chapa à eleição estadual, juntamente com Germano Rigotto, eleitos no segundo turno e empossados no dia 1º de janeiro de 2003.

Coordenou o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS (1999-2002), onde leciona, dentre outras, as disciplinas Teorias da Comunicação, Comunicação e Opinião Pública, Comunicação e Política. Orienta mestrandos e doutorandos do PPGCOM. Participa de um projeto de pesquisa sobre a História da Imprensa no Rio Grande do Sul.

Jornalista profissional, desde 1968, durante dezessete anos foi jornalista do "Correio do Povo", e integrou a equipe do "Diário do Sul", sempre na área de "jornalismo cultural". Atualmente, é o único crítico teatral em atividade, na Capital gaúcha, mantendo sua coluna semanal no "Jornal do Comércio", às sextas-feiras.

Ainda na área cultural foi assessor da Secretaria Municipal de Cultura de Porto Alegre (1972), assessor da Secretaria de Estado da Cultura, Desporto e Turismo do Rio Grande do Sul (1978-1981) – tendo trabalhado na Secção da Rádio Canadá Internacional (1974) –, assessor de imprensa da Fundação Sinfônica de Porto Alegre e do Instituto Goethe (1976).

Foi professor na UNISINOS e na ULBRA. Tem participado de seminários nacionais e internacionais de literatura, comunicação, entre outros, na Suíça, Alemanha, Itália e França.

Ativo e participativo, durante toda sua trajetória, Hohlfeldt, mesmo durante o exercício da Vice-Governança do Rio Grande do Sul (2002-2006), participou ativamente dos principais encontros nacionais e internacionais sobre as ciências da comunicação, como tem feito, regularmente, ao longo de sua carreira acadêmica.

95. Informações coletadas da web: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ant%C3%B4nio_Carlos_Hohlfeldt, em abril de 2008.

É autor de dezenas de livros de ficção para crianças e jovens, e publicações no campo da comunicação e, em 2007 foi eleito patrono da 53ª Feira do Livro de Porto Alegre.

Foi responsável pela publicação integral, através da editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, da tese de doutorado de Beltrão – *Folkcomunicação – Um estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Idéias.* Apesar de Luiz Beltrão ser o primeiro Doutor em Comunicação diplomado por Universidade Brasileira, e sua tese haver sido defendida em 1967, esse documento histórico permaneceu inédito até 2001.

Atualmente, cursa Pós-Doutorado na Universidade do Porto, em Portugal.

No *site* do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco, é possível conhecer um pouco mais da trajetória desse profissional do jornalismo, professor e político. Dentre seus vários artigos, textos e demais produção, destacamos os livros,

Lista de algumas publicações do professor Antonio Hohlfeldt

O velhinho que virou criança. Mercuryo Jovem, 2006
HOHLFELDT, A. C.; BAIRROS, M.; SARTOR, B.; XAVIER, M. (Orgs). O Rio Grande da conciliação. Fundação Ulysses Guimarães, 2006.
HOHLFELDT, A. C.; FITTIPALDI, C. A aventura aventurosa de Acanai contra a grande cobra sucuri na terra sem males. Letras Brasileiras, 2006.
Literatura infanto-juvenil – teoria e prática. Mercado Aberto, 2006.
Érico Veríssimo. Moderna, 2005.
HOHLFELDT, A. C.; GOBBI, Maria Cristina (Orgs). Teoria da Comunicação – Antologia de Pesquisadores brasileiros. Sulina, 2004.
Dentinho, o dente que não queria ir embora. WS Editor, 2001.
HOHLFELDT, A. C.; MARTINO, Luiz C.; FRAÇA, V. V. (Org) . Teorias da Comunicação – Conceitos, escolas e tendências. Vozes, 2001.
HOHLFELDT, A. C.; FORTUNATTI, J. (Orgs). O fascínio da estrela – trajetória e contradições do Partido dos Trabalhadores. Mercado Aberto, 2001.
Manual do vereador eficiente. Mercado Aberto, 2001.

HOHLFELDT, A. C.; FAUSTO NETO, A.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. (Orgs). Práticas midiáticas e espaço público. EDIPUCRS, 2001.
HOHLFELDT, A. C.; FAUSTO NETO, A.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. (Orgs) . Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade. EDIPUCRS, 2001.
Melhores contos de João Antonio. Global, 2001.
HOHLFELDT, A. C. Porã. WS Editor, 2000.
HOHLFELDT, A. C.; FAUSTO NETO, A.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. (Orgs). Comunicação e corporeidades. EDUFPB, 2000.
Trilogia da campanha – Ivan Pedro de Martins e o Rio Grande invisível. Instituto Estadual do Livro/ PUCRS, 1998.
Passaramente. WS Editor, 1999.
Mozart Pereira Soares. Instituto Estadual do Livro, 1997.
Saber universitário com gosto campeiro. AGE, 1997
Literatura catarinense em busca de identidade – a poesia. Movimento/ UFSC, 1997
Literatura e vida social. UFGRS, 1996.

Breve Perfil dos Ganhadores na Categoria Liderança Emergente[96]

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

1998
Padre Pedro Gilberto Gomes

Ética e cidadania
Por Maria Cristina Gobbi

Iniciou sua atividade profissional, quando, em 1973, formou-se no curso de Filosofia pela Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Fez especialização em Teologia pela Pontifícia Universidad Católica de Santiago, entre os anos de 1979 e 1980, com o trabalho "Consciência de Gente. A autoconsciência do leigo nas CEBs do Brasil, sob a orientação de Juan Noemi.

96. Alguns perfis estão disponíveis no Portal Luiz Beltrão, no site: www.metodista.br.

Sob orientação do professor Dr. José Marques de Melo, concluiu, no ano de 1987, na Universidade de São Paulo, a dissertação de mestrado em Comunicação Social, com o tema: "O jornalismo nas comunidades eclesiais de base". Quatro anos depois, em 1991, defendeu, na mesma instituição e, também sob a orientação do professor José Marques de Melo, a tese de doutorado "Para uma histórica da UCBC[97]".

Sua atuação profissional se iniciou na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) como professor. Atualmente, é Pró-Reitor Acadêmico na Universidade.

Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando, principalmente, nos seguintes temas: comunicação, comunicação cristã, comunicação, cultura e mídia. Exerce o cargo de Pró-Reitor Acadêmico da Unisinos, é Diretor da Editora da mesma Universidade. É membro do Conselho de Inovação Tecnológica da Federação das Indústrias, do Rio Grande do Sul, e do Grupo de Trabalho: Relação entre Universidade e Empresa

Quanto a projetos de pesquisa, Pedro Gilberto Gomes tem o ano de 2004 dedicado aos trabalhos *A comunicação como problemática para o campo religioso e Processos Midiáticos* e *Construção de Novas Religiosidades. AsEC.* Este pesquisa a apropriação do campo de mídia pelo campo religioso. Aquele, em processo seqüencial, tem como meta descrever as raízes históricas da relação da religião com a mídia televisiva.

Mais detalhes sobre a vida e a obra do professor Pedro Gilberto Gomes estão perfil escrito por Cosette Castro, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Tem 24 capítulos de livros, orientou 4 teses de doutorado e três trabalhos de conclusão de curso. Lançou diversos livros, entre os quais destacamos:

97. Informações retiradas da *web*, no endereço: http://genos.cnpq.br:12010/dwlattes/owa/consultapesq.inicio, pesquisado em abril de 2008.

GOMES, P. G.; BRITOS, V. C. Comunicação e governabilidade na América Latina. São Leopoldo: Unisinos, 2008.
GOMES, P. G.; CARVALHO, H. A palavra dos Pioneiros. 1. Porto Alegre: Padre Reus, 2007.
Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade. São Leopoldo: Unisinos, 2006.
Tópicos de Teoria da Comunicação. Processos Midiáticos em Debate. 2a.. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2004.
COGO, Denise Maria; GOMES, P. G. Televisão, Escola e Juventude. Porto Alegre: Mediação, 2001.
GOMES, P. G.; COGO, D. M. O. . O Adolescente e A Televisão. São Leopoldo: IEL/EdUnisinos, 1998.
Comunicação. Filosofia. Ética. Política. 1. ed. São Leopoldo: EdUnisinos, 1997.
Televisão e Audiência. Aspectos Quantitativos e Qualitativos. São Leopoldo: EdUnisinos, 1996.
A Comunicação Cristã Em Tempo de Repressão. A História da Ucbc de 1970 a 1983. São Leopoldo: EdUnisinos, 1995.
Tópicos de Teoria da Comunicação. São Leopoldo: EdUnisinos, 1995
A Comunicação em Debate. São Paulo: Paulinas, 1994.
O Jornalismo Alternativo No Projeto Popular. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 1990.
GOMES, P. G; BULIK, L.; PIVA, M. C. Comunicação, Memória e Resistência. São Paulo: Paulinas, 1989
GOMES, P. G.; PIVA, M. C. Políticas da Comunicação: Participação Popular. São Paulo: Paulinas, 1988.
GOMES, P. G. Cultura, Meios de Comunicação e Igreja. São Paulo: Loyola, 1987.
GOMES, P. G.; PUNTEL, J. Comunicação e Teologia do Ponto de Vista da Libertação. São Paulo: UCBC/Loyola, 1986.
E Deus Rompeu O Silêncio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 1980.

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

1999
Sérgio Carvalho

Rádio e Esportes

Por Maria Cristina Gobbi

Nascido, no outono de 1956, em Santa Maria, Rio Grande do Sul, Sérgio Carvalho, com aproximadamente dez anos, gostava de brincar com um gravador velho e, por isso, escolheu o Rádio como profissão. Seu primeiro teste, no entanto, considerou que sua voz não era apropriada para o microfone, e ele teve uma segunda oportunidade em outra estação somente uma década mais tarde. Durante esse tempo, ele formou-se em Educação Física, em 1978, e fez uma especialização um ano depois e, logo depois de juntar os profissionais de estação de Rádio, na Universidade Federal de Sana Catarina, começando de fato o caminho que o levaria a cruzar os dois campos de estudo.

Graduado em Educação Física, pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), em 1978 no ano de 1979, fez especialização em Ciências do Esporte. Fundação Faculdade Federal de Ciências Médicas, de Porto Alegre, FFFCMPA; em 1974, especializou-se em Rádio e TV, Confederação Brasileira de Rádio Difusão do Sindicato dos Trabalhadores em Rádio, CBRD.

Em 1986, ele defendeu seu mestrado, com o título "Proposta de utilização do Veículo Rádio na difusão da Educação Física", na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), onde, em 1987, começou seu programa de doutorado. Defendeu o trabalho "Caminhos da Educação Física via Rádio – Uma Proposta Alternativa", em 1990, sob a orientação da professora Dra. Sarah Chucid da Via. Glorificando o trabalho de Oswaldo Diniz Magalhães, na Rádio do Brasil, na divulgação de esportes, ele resgatou a história do pioneiro e seguiu seus ensinamentos.

Em 1995, ele titulou-se pós-doutor na Catalunha, no Centro de Léridas, no Instituto Nacional de Educacion Fisica da Catalunya, INEFC, Espanha.

Os estudos relacionando esportes e mídia são recentes e Sérgio Carvalho é um dos representantes dessa vanguarda. Ele tem feito diversas pesquisas e, também criou um grupo de trabalho – Mídia e Esporte – na INTERCOM, e a agência de pesquisas na UFSM, desde 1991, onde hoje são oferecidos cursos de doutorado.

Radialista. Criador da subárea Comunicação, Movimento e Mídia, na Educação Física, em nível de especialização, mestrado e doutorado no Programa de Pós-graduação em Ciência do Movimento Humano da UFSM. Editor da revista "Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física". Consultor das agências de fomento à pesquisa no país.

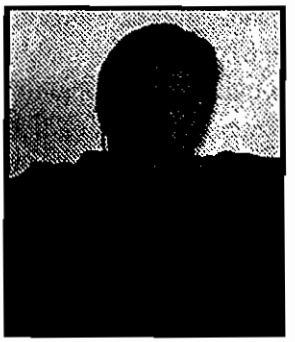
Autor e organizador de seis livros, capítulos de livros e 42 artigos publicados, no Brasil, e exterior, orientou nove dissertações de mestrado, 3 teses de doutorado e 2 trabalhos de conclusão de curso de especialização. Os contatos com Sérgio podem ser feitos pelo *e-mail*: carvalho@smail.ufsm.br.

Mais informações sobre a vida e a obra do professor Sérgio Carvalho estão perfil escrito por Vera Regina Toledo Camargo, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/ Corage. Também no *site* do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/ unesco.

Dentre as publicações de Sérgio Carvalho, destacamos os livros,

CARVALHO, S.; HATJE, M. Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física – Vol. 4. Santa Maria – RS: Imprensa Universitária, 1998.
LOIS, N. C.; CARVALHO, S. A Co-Gestão Esportiva no Futebol – O Caso Juventude Parmalat. Passo Fundo, RS: Universitária, UPF, 1998.
Thanise, Um sorriso muito especial. Piracicaba: Unimep, 1996.
Comunicação Movimento e Mídia na Educação Física, vol 3. Santa Maria, RS: Palotti, 1996.

Hora da Ginástica – Resgate da obra do Prof. Oswaldo Diniz Magalhães. Santa Maria/RS: Universitária Com Auxilio CNPq, 1994.
Comunicação Movimento e Mídia na Educação Física – Caderno Ii. Santa Maria, RS: Imprensa Universitária- UFSM, 1993.



Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2000

Francisco Rüdiger

Epistemologia da Comunicação

Por Maria Cristina Gobbi

Nascido em Porto Alegre, RS, em 1959, o Prof. Dr. Francisco Rudiger é Bacharel em Comunicação Social (1980) e, em História (1984), pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em 1987, com a dissertação "A Armação de Ferro – História e filosofia da história em Michel Foucault", sob a orientação de Ernildo Stein. Doutor em Sociologia, pela Universidade de São Paulo, em 1995, defendendo a tese "Literatura de auto-ajuda e individualismo – Contribuição à crítica de uma categoria da cultura de massas contemporânea", sob a orientação do professor Dr. José Carlos Bruni.

Trabalhou, inicialmente, como pesquisador de História da Imprensa no Museu da Comunicação Social "Hipólito José da Costa". Iniciou-se no magistério superior em 1985, como docente do curso de comunicação da Universidade de Caxias do Sul; atuando, hoje, como Professor dos cursos de graduação e pós-graduação, em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica, do Rio Grande do Sul. É autor de 46 trabalhos científicos, 25 artigos em periódicos e autor de vários livros e artigos em jornais e revistas de todo o país.

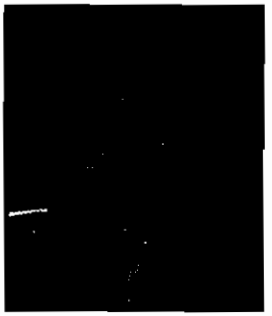
Relativamente à área de pesquisa, seus estudos concentram-se no campo da Crítica à indústria cultural e no dos estudos sobre pensamento tecnológico e cibercultura, incluindo-se também, trabalhos sobre cultura de massas, cultura moderna, filosofia da técnica, epistemologia da comunicação.

Outras informações sobre a vida e a obra do professor Francisco Rüdiger estão no perfil escrito por Maria Helena Castro e Fernando

Maisonave, disponibilizado no livro publicado em 2004 e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Dentre os vários textos do professor, selecionamos os livros abaixo citados,

Introdução às teorias da cibercultura. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.
Martin Heidegger e a Questão da Técnica. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.
Introdução às teorias da cibercultura. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.
Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural. 3ª ed. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2004.
Crítica da razão antimoderna: tradicionalismo e modernidade em Hannah Arendt.Leo Straus e Phillip Rieff. 1ª ed. São Paulo: Edicon, 2003.
Tendências do jornalismo. 3ª ed. Porto Alegre: Ufrgs, 2003.
Introdução à teoria da comunicação. 2ª ed. São Paulo: Edicon, 2003.
Elementos para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das tecnologias de comunicação. 1ª ed. São Paulo: Hacker, 2002.
Ciência social crítica e pesquisa em comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
Civilização e barbárie na crítica da cultura contemporânea. 1ª ed. Porto Alegre: PUCRS, 2002
Comunicação e teoria crítica da sociedade. 2ª ed. Porto Alegre: Pucrs, 2001
Tendências do Jornalismo no Rio Grande do Sul. 2ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
Introdução à teoria da comunicação. 2ª ed. São Paulo: Edicon, 1998
Literatura de auto-ajuda e individualismo. 1ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 1996
Comunicação e teoria social moderna. 1ª ed. Porto Alegre: Fênix, 1996
Tendências do jornalismo. 1ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 1993.
Paradigmas do estudo da história. 1ª ed. Porto Alegre: Rigel/IEL, 1991



Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2001

Juremir Machado da Silva

Jornalismo e Cultura

Por Maria Cristina Gobbi

Juremir Machado da Silva, natural de Livramento, no Rio Grande do Sul, onde nasceu em 1962, é graduado em Jornalismo e História, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande o Sul (PUCRS), no mesmo ano, 1984.

Em 1986, fez especialização em Estilos Jornalísticos, pela PUCRS e em 1993, no Collège de France, França.

Fez mestrado em Sociologia da Cultura, sob a orientação de Michel Maffesoli, Universite de Paris V (Rene Descartes), obtendo o título, em 1992, com a dissertação "Les médias et le mythe de l'avenir au Brésil". Doutorou-se, também, Sociologia da Cultura, na Université Paris V René Descartes, SORBONNE, França, com a tese "Les anges de la perdition: futur et présent dans la culture brésilienne, *em* 1995, sob a orientação de Michel Maffesoli. Em 1998, termina seu pós-doutorado na mesma Instituição[98].

Ganhador de diversos prêmios, dentre os quais citamos: (2008) Chevalier dans l'ordre des Palmes Académiques, Governo Francês; (2007) Prêmio ARI de Jornalismo Cultural (2º lugar), ARI e Prêmio Joaquim Felizardo de Cultura – categoria mídia, Secretaria Municipal da Cultura de Porto Alegre; (2006) Prêmio Açorianos de Crônica 2006, Secretaria Municipal da Cultura de Porto Alegre, entre outros.

Iniciou sua carreira jornalística na imprensa gaúcha, como comentarista do tablóide *Zero Hora*.Contratado pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC–RS), atua como

98. Fonte: Revista **Comunicação Sociedade**, Nº 36, Ano 23. São Bernardo do Campo: UMESP, 2001 e Currículo Lattes do Pesquisador, em abril de 2008.

docente dos programas de graduação e pó-graduação da Faculdade dos Meios de Comunicação Social (Famecos), desde 1997, onde é também editor da *Revista Famecos*.

Consultor ad hoc do CNPQ desde 1995, membro da Comissão de Especialistas em Comunicação do MEC entre 1997 e 1998.

Foi repórter do jornal "Zero Hora", de Porto Alegre, entre 1986 e 1991, repórter e editor de Cultura de "Zero Hora", ente 1989 e 1991. Colunista e correspondente de "Zero Hora" em Paris, nos anos de 1993 até 1995. Colunista de cultura e editor executiva de Internacional em "Zero Hora", no ano de 1995. Repórter da editoria Internacional de "IstoÉ", em 1996.

Colaborador do caderno "Mais!", da "Folha de S. Paulo", desde 1996 – Correspondente da revista francesa de Ciências Humanas, "Sociétés", desde 1995, e correspondente da revista francesa "Cultures en Mouvement", desde janeiro de 1999. Também é colaborador do Caderno 2, "Estado de S.Paulo", 1997.

Pesquisador, professor, jornalista, tradutor, escritor, ficcionista, tem contos, novelas e romances publicados. É autor de várias obras de comunicação. Tem mais de 65 artigos publicados, orientou 15 dissertações de mestrado e 10 teses de doutorado.

Outras informações sobre a vida e a obra do professor Juremir Machado estão perfil escrito por Álvaro Larangeira, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco. Os contatos com o professor podem ser feitos pelo e-*mail*: juremir@pucrs.br.

Dentre suas várias publicações, selecionamos os seus livros, que estão listados abaixo.

Les technologies de l'imaginaire – médias et culture à l'ère de la communication totale. Paris: La Table Ronde, 2008
FREITAS, Cristiane; SILVA, J. M. Guy Debord, antes e depois do espetáculo. Porto Alegre: Edipucrs, 2007

SILVA, J. M. Antes do túnel, uma história pessoal do Bom Fim (jornalismo e boemia na Porto Alegre dos anos 1980). Porto Alegre: Edcitora da Cidade, 2007

Aprender a (vi)ver. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, J. M.; SCHULER, Fernando (org.). Metamorfoses da cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, J. M. As tecnologias do imaginário. 2. ed.

Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, J. M.; LEMOS, André; ISSLER, Bernardo; RUDIGER, Francisco; BARROS FILHO, Clóvis de; REZENDE, Pedro (Org.) . Revista Hermès – dossiê Le Brésil en proie à ses contradictions. Paris: CNRS, 2005.

As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003.

A Miséria do Jornalismo Brasileiro. Petrópolis: Vozes, 2000.

Le Brésil, Pays Du Présent. Paris: Desclee de Brouwer, 1999.

MARTINS, F. M. O. C.; SILVA, J. M.; MORIN, E. C. T.; VATTIMO, G.; BAUDRILLARD, J.; SFEZ, L.; MAFFESOLI, M.; VIRILIO, P.; LEVY, P.; DEBRAY, R.; ETC, C. Para Navegar No Século 21 Tecnologias do Imaginário e Cibercultura. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCR, 1999.

Fronteiras. Porto Alegre: Sulina, 1999.

Visões de uma Certa Europa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

Viagem Ao Extremo-Sul da Solidão. Porto Alegre: Sulina, 1997.

Anjos da Perdição Futuro e Presente Na Cultura Brasileira. Porto Alegre: Sulina, 1996.

Cai a Noite Sobre Palomas. Porto Alegre: Sulina, 1995.

A Prisioneira do Castelinho do Alto da Bronze. 2º ed. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1993.

O Pensamento do Fim do Século. Porto Alegre: L&PM, 1993.

Muito Além da Liberdade. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1991.

A Noite dos Cabarés Histórias do Cotidiano de Uma Grande Cidade. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1991.

A Miséria do Cotidiano. Energias Utópicas em um espaço moderno e Pós-Moderno. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1991.

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2002

José Benedito Pinho

Publicidade e Propaganda

Por Maria Cristina Gobbi

Bacharel em Publicidade e Propaganda (1973), pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas, especialização em Proyectos de Comunicación Investigación y Planific pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación Para América La (1983). Mestre (1989) e Doutor (1994) em Ciências da Comunicação, pela Universidade de São Paulo, sob a orientação do professor Dr. Francisco Assis Martins Fernandes, com a dissertação "Comunicação institucional: a propaganda como instrumento de relações públicas e a tese "O composto de comunicação e a marca: um estudo da contribuição da propaganda e da publicidade ao processo de construção da imagem de marca".

Docente em faculdades de comunicação de universidades paulistas, desde a década de 1970, fixou-se na Universidade Federal de Viçosa, a partir de 1996, onde atua na graduação e no pós-graduação em Comunicação.

Vem atuando como dirigente da INTERCOM há vários anos, liderando o Núcleo de Estudos de Publicidade e Propaganda, segmento acadêmico, para o qual tem contribuído com obras difundidas nacionalmente, dentre elas, seus mais recentes livros "O poder das marcas" (1996) e "Publicidade e vendas na Internet" (2000).

Tem 24 artigos publicados em periódicos, orientou 27 dissertações de mestrado, duas monografias de curso de especialização, 12 trabalhos de conclusão de curso de graduação, além de sete trabalhos de iniciação científica.

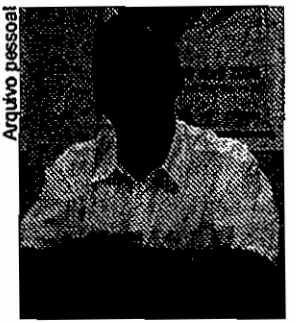
Outras informações sobre a vida e a obra do professor José Benedito Pinho estão perfil escrito por Elizabeth Moraes Gonçalves,

disponibilizado no livro publicado em 2004 e organizado pelos professores Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco. Os contatos com o professor podem ser feitos pelo e-mail: jbpinho@mail.ufv.br.

Organizou e editou diversas publicações, citadas na tabela abaixo, algumas delas reeditadas várias vezes.

Comunicação nas organizações. Viçosa-MG: UFV, 2006.
PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; PINHO, J. B. (Org.). Anuário Internacional de Comunicação Lusófona. São Paulo-SP: Intercom, 2005.
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 7. ed. Campinas-SP: Papirus, 2004
Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2004. 1ª ed. São Paulo-SP: INTERCOM, 2004
Relações públicas na internet: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo-SP: Summus, 2003
Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo-SP: Summus, 2003.
Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2003. São Paulo/Lisboa: INTERCOM/LUSOCOM, 2003
Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. 4. ed. São Paulo-SP: Summus, 2003.
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológiea. 5. ed. Campinas-SP: Papirus, 2001
PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; PINHO, J. B. (Org.) . Comunicação e multiculturalismo. 1ª ed. São Paulo-SP: INTERCOM, 2001
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 4ª ed. Campinas-SP: Papirus, 2000.
Publicidade e vendas na internet: técnicas e estratégias. São Paulo-SP: Summus, 2000.
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 5ª ed. Campinas-SP: Papirus, 2000.
AGUIAR, D. R. D.; PINHO, J. B. (Org.). O agronegócio do Mercosul e a sua inserção na economia mundial. Brasília-DF: SOBER, 1999
Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. 3. ed. São Paulo-SP: Summus, 1999..

Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 3. ed. Campinas-SP: Papirus, 1998
Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira. 2ª ed. São Paulo-SP: INTERCOM, 1998.
AGUIAR, D. R. D.; PINHO, J. B. (Org.). O agronegócio brasileiro: desafios e perspectivas. Brasília-DF: SOBER, 1998
Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. 2ª ed. São Paulo-SP: Summus, 1998.
Anuário Intercom de iniciação científica em comunicação social. São Paulo-SP: INTERCOM, 1997
O poder das marcas. São Paulo-SP: Summus, 1996.
Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira. São Paulo-SP: INTERCOM, 1995
O composto de comunicação e a marca: um estudo da contribuição da propaganda e da publicidade ao processo de construção da imagem de marca. São Paulo-SP: USP, 1994.
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 2ª ed. Campinas-SP: Papirus, 1991. 194
Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo-SP: Summus, 1990
Comunicação institucional: a propaganda como instrumento de relações públicas. São Paulo-SP: USP, 1989
Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas-SP: Papirus, 1988.


Arquivo pessoal

2003
Eduardo Meditsch

Rádio e Formação Jornalística

Por Maria Cristina Gobbi

Eduardo Barreto Vianna Meditsch nasceu em 1956, natural de Porto Alegre. Jornalista profissional registro DRT/RS 4470, atuando, desde 1974, mesmo antes de formado. Fez a graduação em Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no ano de 1979. Na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, no ano de 1990, obteve o título de mestre em Comunicação, sob a orientação do professor Dr. Wilson da Costa Bueno e tem como título "O conhecimento do jornalismo: elo perdido no ensino da comunicação".

Na Universidade Nova de Lisboa (UNL), Portugal, fez o doutorado em Ciências da Comunicação, que tem como título "A especificidade do Rádio Informativo: um estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio, a partir de emissoras especializadas de Portugal e do Brasil em meados dos anos 90", obtendo o título em 1997, sob a orientação dos professores Drs. Nelson Traquina e Tito Cardoso e Cunha.

Ganhador de diversos prêmio e títulos, dentre os quais, citamos: (2006) Diploma de Honra ao Mérito, Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação, (2003) Prêmio "Luis Beltrão – Liderança Emergente",da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), (2002) Reconhecimento Intercom, (2001) membro da Comissão Nacional de Ética, da Federação Nacional de Jornalistas e (1980) Prêmio Jornalístico "Vladimir Herzog", do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, entre outro.

Tem 23 artigos publicados em periódicos, orientou seis dissertações de mestrado, duas teses de doutorado, quatro trabalhos mo-

nográficos de curso de especialização e 31 trabalhos de conclusão de curso.

Docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), desde 1982, onde coordena o Programa de Mestrado em Jornalismo, atua no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento e no Curso de Graduação em Jornalismo. Na UFSC, atuou como chefe do Departamento de Comunicação (1988-89), membro do Conselho Universitário e do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. Foi o primeiro coordenador da Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia (2000-2003). Também foi criador e coordena o Projeto Universidade Aberta.

É Coordenador do GT Jornalismo da Associação Latino-Americana dos Pesquisadores em Comunicação (ALAIC) e integra o Conselho Editorial de quinze revistas acadêmicas do Brasil, América Latina, Portugal e Espanha.

Como jornalista, atuou nas Rádios Continental, Gaúcha, Guaíba, na TV Guaíba, no jornal Folha da Tarde, todos no Rio Grande do Sul, e na Rádio Jornal do Brasil e TV Educativa no Rio de Janeiro. Foi colaborador de diversos órgãos da imprensa alternativa brasileira e, também, do jornal Público de Lisboa.

Sócio-fundador da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), foi seu primeiro diretor científico. Coordenou o Núcleo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Foi membro da Comissão Nacional de Ética dos Jornalistas (Fenaj) e da coordenação nacional do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ). Tem experiência acadêmica na área de Comunicação, com ênfase em Rádio, Processos e Produtos Jornalísticos, Teoria e Ensino do Jornalismo, Mídia e Conhecimento.

No último qüinqüênio, vem coordenando projetos laboratoriais e dirigindo equipes de jovens pesquisadores, além de participar, ativamente, do Núcleo de Pesquisa em Rádio da Intercom.

Contatos com o professor Eduardo podem ser feitos pela Home-page: www.jornalismo.ufsc.br/professores ou pelo e-mail: emeditsch@uol.com.br

Outras informações sobre a vida e a obra do professor Eduardo Meditsch estão perfil escrito por Marli dos Santos, disponibilizado no livro publicado, em 2004, e organizado pelos professores Anto-

nio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, "Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros", editado pela Sulina/Corage. Também no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço *web*: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversas publicações, algumas delas reeditadas várias vezes.

O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. 2ª ed. Florianópolis: Editora da UFSC/Editora Insular, 2007.
Sociologia do Jornalismo: as várias perspectivas que marcam as teorias da notícia a partir do estudo da sociedade. Florianópolis: Insular/Posjor-UFSC, 2005.
Teorias do Rádio: textos e contextos – Volume 1. São Paulo/Florianópolis: Intercom/Insular/Posjor-UFSC, 2005.
Jornalismo e conhecimento: Epistemologia, cognição, imaginário, produção de sentido e construção da realidade. Florianópolis: PosjorUFSC/Insular, 2005.
Rádio: Sete textos sobre o meio que completou 80 anos de Brasil. Florianópolis: Insular/Posjor-UFSC, 2004.
Os Relatos Jornalísticos: a tese pioneira de Tobias Peucer passa por nova banca 314 anos depois. Florianópolis: Insular/Posjor UFSC, 2004.
O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. Florianópolis: Editora Insular/Editora da UFSC, 2001.
A rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. Coimbra: Minerva, 1999.
Rádio e Pânico: A Guerra dos Mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998
O Conhecimento do Jornalismo. Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2004

Jacques Wainberg

Império de Papel

Por Maria Cristina Gobbi

Jacques Alkalai Wainberg possui graduação em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1979), mestrado em Jornalismo – University of South Carolina (1990) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1996).

Fez o Pós-Doutorado, na Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos. Atualmente é professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Acumula experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria e Ética do Jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo.

Jornalista profissional de sólida carreira em muitos veículos gaúchos, professor de graduação e pós-graduação, na PUCRS, com passagens pelo IESLUSC, Santa Catarina, e pela UNISINOS, estudou, também, nos Estados Unidos, onde obteve o título de Mestre em Jornalismo, pela Universidade da Carolina do Sul, em 1990. Pesquisador ativo, com muitas e ricas publicações, tem exercido um papel inquestionável de liderança na área. Além disso, é um homem de contatos internacionais, de muitas pontes e de estabelecimento de redes. Em 2000, trouxe, ao Brasil, Elihu Katz, uma das maiores referências no campo da pesquisa em Comunicação no mundo.

"Império de papel", sua tese de doutoramento, realizada sob a orientação do professor Dr. José Marques de Melo, foi publicada pela Edipucrs e faz um estudo comparativo entre os conglomerados de William Hearst e de Assis Chateaubrind, é um exemplo da pesquisa de qualidade, aliando História e Comunicação. Orientador rigoroso, articulador de pontos de vista, espírito interdisciplinar, mas sem jamais perder o foco da Comunicação, Jacques Wainberg, com formação em

História, desenvolve um relevante projeto de pesquisa, na atualidade, sobre "Mídia e Terror". De 1999 a 2002, pesquisou, com resultados cristalinos, sobre "História das Tecnologias da Comunicação". Outro campo que tem recebido a atenta e criativa atenção de Wainberg é o da vinculação entre Turismo e Comunicação, com a publicação de artigos prospectivos e, cada vez mais, utilizados como material de referência teórica. Presença constante em congressos internacionais (ALAIC, IAMCR, FELAFACS, etc.), Jacques Wainberg integra comissão do MEC na área da Comunicação e participou da equipe responsável pelo "Provão" de Jornalismo. Na FAMECOS/PUC, Wainberg é um dos mais admirados professores pelos estudantes de graduação e pós-graduação. Além da criatividade e da cultura, traduzidas na formulação de hipóteses sempre renovadoras, nas pesquisas que desenvolve, chamam a atenção em Jacques Wainberg a capacidade de iniciativa, o espírito inquieto, o vigor crítico, a intensidade e regularidade da produção intelectual e o compromisso com a pesquisa científica. Trata-se de um "jovem doutor" com a maturidade de um veterano e o entusiasmo de um eterno iniciante.

Orientou 11 dissertações de mestrado, 3 teses de doutoramento e 16 trabalhos de conclusão de curso de graduação.

Os contatos com o professor Jacques podem ser feitos através do *e-mail*: jacqalwa@pucrs.br. Outras informações sobre a vida e a obra do professor Jacques Wainberg estão no *site* do "Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversas publicações, dentre as quais destacamos.

A Pena, a Tinta e o Sangue: a Guerra das Idéias e o Islã. 1ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2007
Mídia e Terror – Comunicação e Violência Política. São Paulo: Paulus, 2005
Turismo e Comunicação: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003
Casa Grande e Senzala com Antena Parabólica. 1ª ed. Porto Alegre: Edipcurs, 2001
Império das Palavras. Porto Alegre: PUC/RS, 1997

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2004

Maria das Graças Targino Moreira Guedes

Informação, Comunicação e Jornalismo

Por Maria Cristina Gobbi

Pós-Doutora, em 2007, pelo Instituto Interuniversitario de Iberoamérica da Universidad de Salamanca (USAL), Espanha, doutora em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília, Maria das Graças Targino Moreira Guedes, conhecida como Graça Targino, atua como professora colaboradora em cursos de pós-graduação *stricto sensu* e *lato sensu* em universidades da região Nordeste. Além da docência, dedica-se à pesquisa científica tanto em Ciência da Informação quanto em Comunicação Social, com atuação sistemática junto à Sociedade Brasileira de Estudos Sistemáticos em Comunicação (Intercom), onde coordenou o Núcleo de Pesquisa em Comunicação Científica e Tecnológica.

Sua liderança acadêmica tem sido demonstrada pela formação de uma nova safra de pesquisadores da comunicação, participante de projetos de iniciação científica na Universidade Federal do Piauí (UFPI), que conquistaram reconhecimento em outras universidades brasileiras, alcançando a titulação de Doutor, como são os casos de Samantha Castelo Branco (UMESP) e Antonio Teixeira de Barros (UniCEUB).

Como docente e palestrante, tem visitado inúmeras instituições brasileiras de ensino, como: Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Alagoas, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Estadual do Maranhão, Centro de Ensino Unificado de Teresina, Universidade Federal do Pará, Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Estado do Piauí, Universidade Estadual do Sudoeste da Paraíba, Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí, Universidade Federal do Ceará.

Dentre sua produção intelectual, destacam-se os livros "Projetos Experimentais no ensino de Comunicação", "Conceito de biblioteca" e "Citações bibliográficas e notas de rodapé; um guia para elaboração" e, mais recentemente, "Desafiando os domínios da informação", além de mais de uma centena de artigos de periódicos e capítulos de livros.

As linhas de pesquisa em que trabalha são: Metodologia da pesquisa, Comunicação científica, Redação técnico-científica, Editoração, Filosofia da biblioteconomia, Leitura e ações culturais.

Graça Targino tem 76 trabalhos publicados, dos quais 26 a partir dos últimos 5 anos. Orientou 16 dissertações de mestrado e quatro trabalhos de especialização. Na graduação, foi orientadora de 17 de conclusão de curso e 2 trabalhos de Iniciação Científica.

Após 25 anos de atuação na Universidade Federal do Piauí, na condição de Doutora em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília, a jornalista também fez o Máster Internacional en Comunicación y Educación, na Universidad Autónoma de Barcelona, na Espanha. Mantém vínculo como professora efetiva e concursada junto à Universidade Estadual do Piauí. No momento, mantém coluna semanal no jornal diário "O Dia", Teresina.

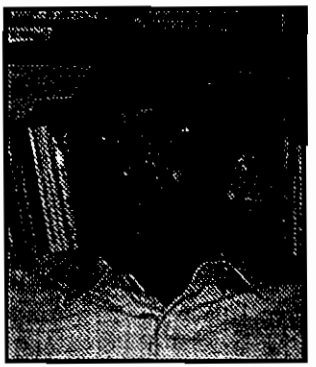
Contatos com a professora Graça Targino podem ser feitos pelo e-mail: gracatargino@hotmail.com

Outras informações sobre a vida e a obra do professora Graça Targino estão no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversas publicações, dentre as quais destacamos.

Olhares e fragmentos: cotidiano da biblioteconomia e ciência da informação. Teresina: UFPI, 2006.
TARGINO, M. G.; FERREIRA, Sueli Mara S P (Org.). Preparação de revistas científicas: teoria e prática. São Paulo: Reichmann & Autores Editores, 2005.
TARGINO, M. G.; CASTRO, M M R N de (Org.). Desafiando os domínios da informação. Teresina: UFPI, 2002

Citações bibliográficas e notas de rodapé: um guia para elaboração. 2ª ed. Teresina: UFPI, 1994.
TARGINO, M. G.; MAGALHÃES, L. Projetos Experimentais no ensino de comunicação. Teresina: Ed. do Autor, 1993.
Catálogo de pesquisas em andamento da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1988.
Catálogo de produção intelectual da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1988.
Catálogo de dissertações e teses da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1988.
Catálogo de dissertações e teses da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1987.
Catálogo de pesquisas em andamento da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1986
Catálogo de produção intelectual da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1986.
Catálogo de dissertações e teses da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1985.
Conceito de biblioteca. Brasília – DF: ABDF, 1984.
Catálogo de dissertações e teses da Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 1984.
TARGINO, M. G.; GARCIA, J. C. R. (Org.). Bibliografia analítica anual do Curso de Mestrado em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa: UFPB, 1983.
Guia das bibliotecas universitárias brasileiras. Teresina: UFPI, 1979.



Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2005
Giovandro Marcos Ferreira

Epistemologia e Teoria do Jornalismo

Por Maria Cristina Gobbi

Giovandro Marcos Ferreira possui graduação em Comunicação Social – Jornalismo (1984), pela Universidade Federal do Espírito Santo e, em Filosofia (1986), pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Realizou seus estudos de pós-graduação na França, mais precisamente na Universidade de Paris II Panthéon Assas, onde conquistou os títulos de Mestre (1994) e Doutor (1997), em Ciências da Informação e da Mídia. Sua tese de doutoramento teve como tema "O contrato de comunicação dos jornais A Gazeta e A Tribuna da cidade de Vitória" e sua dissertação abordou o tema "O estudo do contrato de leitura – uma démarche metodológica spbre o posicionamento dos suportes de imprensa (o evento da queda do Presidente do Brasil como revelador dos traços do contrato de leitura dos jornais Le Monde et Libération", sendo nos dois casos orientado pelo professor Jean Gouazé.

Também foi, na França, que fez sua especialização em Estudos Sociais Pesquisa sobre as práticas sociais, na Université Catholique de Lyon, finalizando no ano de 1988.

Iniciou a docência universitária em 1989, na Universidade Federal do Espírito Santo, onde lecionou Teoria da Comunicação e Comunicação Comparada, liderando o Núcleo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Comunicação (NEXO). Desde 2001, vem trabalhando na Universidade Federal da Bahia, integrado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas e coordenando grupos de pesquisa sobre o "discurso e media".

Além de conquistar prestígio acadêmico, publicando capítulos

de livros e artigos em periódicos de prestígio nacional e, participando regularmente dos congressos nacionais da área, tem se destacado no quadro intelectual da Intercom. Vem sendo relevante sua contribuição para dinamizar as relações Brasil-França e seu desempenho pluralista no Núcleo de Pesquisa em Teoria e Metodologia da Comunicação, o que lhe atribui papel de liderança na nova geração de pesquisadores midiáticos.

Orientou 6 dissertações de mestrado, 1 tese de doutorado, 11 monografias de curso de aperfeiçoamento/especialização, 25 trabalhos de graduação e 14 iniciações científicas.

Contatos com o professor Giovandro podem ser feitos pelo e-mail: giovandr@ufba.br. Outras informações sobre a vida e a obra do professor Giovandro Marcus Ferreira estão no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversos artigos, não só no Brasil, mas internacionalmente e organizações dois livros, editados no Brasil.

FERREIRA, G. M. (Org.); MARTINO, L. C. (Org.). Teorias da Comunicação- Epistemologia, Ensino, Discurso e Recepção. Salvador: EDUFBA, 2007
FERREIRA, G. M. (Org.); DALMONTE, E. F. (Org.). Comunicação e Pesquisa: Região, Mercado e Sociedade Digital. Salvador: EDUFBA, 2007

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2005

Raquel Paiva de Araújo Soares

Comunicação, Mídia e Comunidade

Por Maria Cristina Gobbi

Raquel Paiva possui graduação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1981). Fez especialização em Taller de Post-Grado, no ano de 1985, no Centro Internaeional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, Equador, sendo bolsista da Radio Nederland Training Center, RNTC, Holanda. No mesmo ano, fez curso de Aperfeiçoamento em Latin America Electronic Media Exchange Program, na Arizona State University, ASU, Estados Unidos, sendo bolsista da United States Information Agency, USIS, Estados Unidos.

Na Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1991, fez o mestrado em Comunicação. No ano de 1997, defendeu a tese de doutorado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, com o título: "O Espírito Comum – comunicação, mídia e comunidade", sob a orientação do professor Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral. Em 1991, defendeu sua dissertação de mestrado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, com o título: "Comunicação de massa e histeria", *sob a* orientação do professor Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral, sendo bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES. PDE pela Università degli Studi di Torino, Itália. Atualmente, é Professora Associada da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro

Tem 20 artigos publicados em periódicos, 17 trabalhos em eventos, 7 livros publicados ou organizados, 6 capítulos de livros, 17 ar-

tigos em jornal de notícias e 1 em revistas. Orientou 30 dissertações de mestrado, 8 de doutorado, 16 trabalhos conclusão de curso na Graduação e 6 trabalhos de Iniciação Científica. Participou em 16 bancas examinadoras, 2 bancas de comissões julgadoras, 12 participações em eventos e tem, atualmente, 7 orientações em andamento. Foi coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Raquel é uma pesquisadora muito atuante, com crescente projeção nacional por seu trabalho de análise de mídia comercial e, principalmente, de comunicação comunitária. Tem ocupado postos de destaque, coordenando um núcleo na Intercom, a secretaria da Compós e a coordenação de PPGCOM. Além disso, coordena um núcleo de pesquisa (Laboratório de Comunicação Comunitária – LECC), que tem se consolidado na área, além de ser membro do comitê assessor da Comunicação no CNPq. Tem vários livros publicados, assim como artigos em revistas científicas no Brasil e no exterior

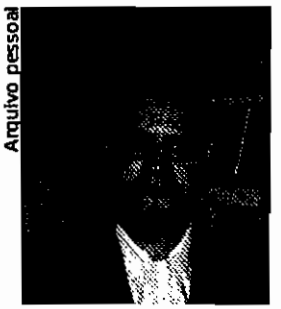
Bolsista Pesquisadora nível 1B do CNPq/ Consultora *ad hoc* do CNPq e da CAPES Organizadora de Seminários integrados graduação/Pós-Graduação/Organizadora dos seminários Internacionais da Pós-Graduação /Coordenadora do Jornal "Comunitárias", publicado pelo Grupo de Estudos de Ações Comunitárias – resultante da proposta de integração entre pós-graduação e graduação da Escola de Comunicação (ECO). Integrou a Banca no concurso público para professor do Departamento de Arte da Universidade Federal Fluminense.

Contatos com a professora Raquel podem ser feitos pelo e-mail: paivaraquel@hotmail.com. Outras informações sobre a vida e a obra da professora Raquel Paiva estão no *site* do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversos livros e artigos. Sua produção é conhecida, não só no Brasil, mas internacionalmente. Dentre suas publicações, destacamos.

O Retorno da Comunidade: os novos caminhos do social. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007

SOARES, R. P. A. (Org.); MELO, J. M. (Org.). Ícones da Sociedade Midiática – Da aldeia de Mcluhan ao planeta de Bill Gates. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007
SOARES, R. P. A. (Org.); BARBALHO, Alexandre (Org.). Comunicação e Cultura das Minorias. São Paulo: Paulus, 2005
SOARES, R. P. A.; CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. Cidade dos Artistas. 1ª ed. Rio De Janeiro: Mauad, 2004
FRANÇA, Vera; WEBER, Maria Helena; SOARES, R. P. A.; SOVIK, Liv Rebecca. Livro da XI COMPÓS 2002: Estudos de Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2003
SOARES, R. P. A. Ética, Cidadania e Imprensa. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002
SOARES, R. P. A.; SODRÉ, Muniz. O Império do Grotesco. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002
SOARES, R. P. A. (Org.); FRANÇA, Vera (Org.); Maria Helena Weber (Org.); MOTTA, L. G. (Org.) . Estratégias e Culturas da Comunicação. 1ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002
SOARES, R. P. A.; PAIVA, R. Histeria na Mídia – a simulaç@o da sexualidade na Era Digital. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2000
SOARES, R. P. A. O Espírito Comum: Comunidade Midia e Globalismo. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 1998. v. 1 MIL



2006
Elias Machado

Jornalismo Digital
Por Maria Cristina Gobbi

Elias Machado Gonçalves fez Jornalismo (1989), pela Universidade Federal de Santa Maria, mestrado em Comunicação na Universidade Federal do Rio de Janeiro, defendendo a dissertação "A dialética do discurso jornalístico, no ano de 1992, sob a orientação do Professor Dr. Nílson Lemos Lage e depois, seu segundo Mestrado, agora em Jornalismo, na Universidade Autônoma de Barcelona, que teve como título "El periodismo digital en el mercado mundial", no ano de 1998, sob a orientação do professor Dr. Miquel Rodrigo Alsina. Seu doutorado foi realizado na Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha, defendendo a tese "La estructura de la noticia en las redes digitales – Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo", no ano 2000, também sob a orientação do professor Alsina.

Tem se destacado com sua dinâmica atuação tanto como professor e pesquisador, quanto orientador e editor da Revista especializada em Jornalismo "PAUTA GERAL", que fundou em 1993. Possui vários livros e trabalhos publicados.

Sócio-Fundador e Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, por dois mandatos, entre 2003 e 2007, Membro do Diretório da Sociedad Iberoamericana de Periodistas en Internet, Membro da Junta Directiva da Red Iberoamericana de Comunicación e um dos Líderes do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line até 2006. Um dos idealizadores da Journalism Brazil Conference. Ex-Coordenador do GT de Comunicação e Política da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPOS – (1994-1996); Fundador em 1993 e atual Diretor da revista científica Pauta Geral. Sócio da Intercom (Sociedade

Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação), do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e (IAMCR) da International Association for Mass Communication Research. Atualmente, coordena o Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR). Consultor *ad hoc* (CAPES) e (CNPq). Tem experiência nas áreas de Teorias do Jornalismo (Digital/Impresso), Metodologias de Pesquisa e Ensino de Jornalismo.

Tem participando de discussões para a formação do Fórum Permanente das Sociedades Científicas e Associações Acadêmicas do Campo da Comunicação. Professor da Graduação e do Mestrado em Jornalismo, na Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisador no programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Bahia (POSCOM-UFBA), desde 1993, fundou com Marcos Palacios o "GJOL". Como jornalista, ocupou funções de diretor, editor, chefe de reportagem, repórter e colaborou em rádios, jornais, revistas e assessoria de imprensa no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Bahia, Espanha e Portugal.

Com produção bastante significativa, sendo, atualmente, 32 completos publicados em periódicos, 7 dissertações de mestrado, 6 monografias de conclusão de curso de aperfeiçoamento/especialização, 14 trabalhos de conclusão de curso de graduação, além de 6 pesquisas de iniciação Científica.

Contatos com o professor Elias podem ser feitos pelo e-mail: machadoe@cce.ufsc.br. Outras informações sobre a vida e a obra do professor estão no *site*: http://www.lapjor.cce.ufsc.br ou ainda no site do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Organizou e editou diversos livros e artigos. Sua produção é conhecida, não só no Brasil, mas internacionalmente. Dentre suas publicações, destacamos.

PALÁCIOS, Marcos (Org.); GONÇALVES, E. M. (Org.). O Ensino de Jornalismo em Redes de Alta Velocidade. Metodologias e Softwares. Salvador: EDUFBA, 2007
O Jornalismo Digital em Base de Dados. 1ª ed. Florianópolis: Calandra, 2006

O ciberespaço como fonte para os jornalistas. 1ª ed. Salvador: Calandra, 2003

PALACIOS, Elias Machado Gonçalves e Marcos (Org.). Modelos de jornalismo digital. 1ª ed. Salvador: Edições GJOL – Editora Calandra, 2003

GONÇALVES, E. M. La Estructura de la noticia en las redes digitales [Microforma]: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Barcelona: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2001

GONÇALVES, E. M.; PALACIOS, Marcos Silva. Manual de jornalismo na Internet – noções básicas, conceitos e um guia sobre as principais publicações jornalísticas digitais no Brasil e no Exterior. Salvador: Facom-Ufba, 1996

Fonte: Acervo da Cátedra Unesco

2007

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior

Telejornalismo

Por Maria Cristina Gobbi

Possui mestrado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica, do Rio Grande do Sul (1997), e doutorado em Comunicação, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002).

Com destacada experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, Vizeu tem atuado, principalmente, nos seguintes temas: imprensa, notícia, telejornalismo, estudos do jornalismo e ética. Exerceu atividade de jornalismo, a partir de 1979, na TV Guaíba, TV Bandeirantes, Jornal "Zero Hora", em Porto Alegre, Rio Grande do Sul; TV Globo, São Paulo; TV Manchete e TV Bandeirantes, Rio de Janeiro; revistas Tela Viva e "PayTV", como correspondente no Rio de Janeiro.

Tem desempenhado um papel importante no cenário dos estudos da teoria do Jornalismo, especificamente, e da Comunicação Social, em geral, com destaque para a realização de redes acadêmicas, dentro do Brasil e rumo ao exterior, especificamente Portugal. Tem destacada atuação em diversas sociedades científicas, como membro do Conselho Científico da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo, coordenador do Grupo de estudos de Jornalismo da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação e conselheiro fiscal da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, sempre incentivando e proporcionando espaços de reflexões acadêmicas para as novas gerações de pesquisadores e estudiosos da Comunicação, além de buscar a aproximação dos grupos regionais.

Como vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco, (UFPE) participou, no ano de 2006, na elaboração e processo de aprovação do programa de Doutorado em Comunicação, o mais recente do

país, buscando a excelência na produção de conhecimento no campo midiático e um compromisso com o desenvolvimento regional.

Na Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) tem se empenhado para estimular a articulação de uma rede nacional de pesquisadores em Jornalismo, a fim de que se possa constituir um lugar privilegiado, tanto para a apresentação de trabalhos, quanto para a formação de redes para pesquisas específicas.

Orientou 6 dissertações de mestrado, 4 trabalhos de conclusão de curso de graduação, além de 4 pesquisas de iniciação Científica.

Contatos com o professor Vizeu podem ser feitos pelo e-mail: vizeu@hotlink.com. Outras informações sobre a vida e a obra do professor estão no *site*: http://www.csocialufpe.com.br ou ainda no site do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, mantido pela Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, no endereço web: www.metodista.br/unesco.

Dentre suas publicações, citamos:

PEREIRA JUNIOR, A.E.V. OU VIZEU, A.; GREGO, A.; CORREIA, João Carlos; HAGEN, Sean; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; COUTINHO, Iluska; FECHINE, Y. (Orgs.). A Sociedade do Telejornalismo. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
PEREIRA JUNIOR, A.E.V. OU VIZEU, A.; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; MOTA, Célia Ladeira (Orgs.). Telejornalismo: a nova praça pública. 1ª ed. Florianópolis: Editora Insular/Pos-Jor UFSC, 2006.
Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo. 4ª ed. Porto Alegre: Editora da PUC-RS, 2005.
O Lado Oculto do Telejornalismo. 1ª ed. Florianópolis: Editora Calandra, 2005
Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo. 3ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2003

Matriz / Motriz

MARIA CRISTINA GOBBI[99]

A **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)**[100], fundada em 12 de dezembro de 1977, é constituída como sociedade civil, sem fins lucrativos, integrante do consórcio de sociedades científicas aglutinadas em torno da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). A INTERCOM foi reconhecida como instituição de utilidade pública, pela Lei Municipal n. 28.135/89. Ela aglutina pesquisadores e profissionais da co-

99. Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano "José Marques de Melo" e do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação. Professora do Programa *Lato Sensu* em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e da graduação da mesma Instituição, Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

100. Todas essas informações estão disponíveis no site da Intercom, no endereço: www.intercom.org.br, pesquisado em abr de 2008. Também, podemos encontrar em textos disponíveis nas várias edições da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, publicada pela Intercom.

municação numa perspectiva interdisciplinar do campo da comunicação. Possui, atualmente, mais de 800 sócios efetivos, representantes das diversas regiões do Brasil, da América Latina, da Europa e de outros países.

A idéia da sua criação catalisou-se, durante a reunião anual da SPBC, realizada em julho de 1977, no campus da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Esse encontro havia sido proibido pelo governo militar, mas o Cardeal de São Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns, abriu as portas da universidade, mantida pela Arquidiocese de São Paulo, para que os cientistas brasileiros pudessem reunir-se, livremente, como vinham fazendo há vários anos.

A iniciativa de organizar a INTERCOM foi tomada pelo Prof. Dr. José Marques de Melo, docente-fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, que havia sido cassado em seu direito de cátedra pela ditadura militar, sendo então demitido da sua função pública, na Universidade de São Paulo. Naquela ocasião, integrando o quadro docente da Faculdade Cásper Líbero, ele contou com o apoio de um grupo de jornalistas, publicitários e Relações Públicas, dentre os quais, Carlos Eduardo Lins da Silva, Carlos Alberto Di Franco, Francisco Morel, Gaudêncio Torquato, entre outros. Foi decisiva a participação do Professor Erasmo de Freitas Nuzzi, diretor da Faculdade, cedendo uma sala de aula para que o grupo de pesquisadores fizesse a reunião de fundação.

A seguir, a sociedade contou com o respaldo da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Num sobrado da rua Augusta, sede paulista da ABI, instalou-se a primeira diretoria da INTERCOM e ali foram realizados os pioneiros colóquios acadêmicos sobre as alternativas comunicacionais brasileiras. Recebeu, também, o apoio do Instituto Metodista de Ensino Superior, entidade mantenedora da atual Universidade Metodista de São Paulo, em cuja Faculdade de Comunicação lecionavam ou pesquisavam vários dos seus dirigentes. Somente nos anos 1980, após a anistia política e o retorno das suas lideranças à Universidade de São Paulo, a Escola de Comunicações e Artes passou a abrigar a Entidade, inicialmente, no Edifício do Departamento de Jornalismo e, mais recentemente, no Bloco B-9.

Congregando a comunidade brasileira da área de ciências da comunicação, a INTERCOM representa o Brasil nas seguintes enti-

dades internacionais: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Association Internationale des Études et Recherche sur l'Information et la Communication (AIERI) e International Federation of Communication Associations (IFCA), Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (Lusocom) e Associação Ibero-Americana de Comunicação (AssIBERCOM). Conquistou o prestígio nacional e a legitimidade internacional pelo seu trabalho sério, plural e persistente no sentido de consolidar o campo acadêmico da comunicação, não só nacionalmente, mas internacionalmente.

Seus congressos anuais chegam a reunir 5 mil participantes, oriundos de todas as regiões brasileiras e, de países vizinhos, evidenciando a credibilidade que desfruta na comunidade acadêmico-profissional. Afluência significativa, também, ocorre nos congressos regionais (norte, nordeste, sul, sudeste e centro-oeste), colóquios binacionais e nos seminários temáticos. Esses eventos têm sido apoiados pelas agências nacionais de fomento científico como CAPES, CNPq, FINEP, FAPESP, por agências locais, por agências internacionais, como a UNESCO, bem como pelas empresas privadas.

Outro destaque das ações realizadas pela entidade é a manutenção de Centro de Documentação em Comunicação de Países de Língua Portuguesa (PORTCOM), em convênio com instituições de Ensino ou Cultura, com apoio do Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica. Trata-se, ao mesmo tempo, de um centro de documentação convencional e de um banco de dados digitais, coletando, sistematizando e difundindo o conhecimento produzido pelas duas dezenas de Núcleos de Pesquisa que integram a estrutura acadêmica da instituição. Todas essas atividades têm permitido e promovido o diálogo dos pesquisadores brasileiros com seus pares atuantes em outros países: Canadá, Dinamarca, Espanha, França, Inglaterra, Itália, México, Portugal.

Publica, semestralmente, a *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, o mais antigo periódico científico da área, que mantém circulação ininterrupta, em todo o país, de acordo com o Programa de Apoio a Publicações Científicas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

A atual equipe dirigente da sociedade é composta pelos seguin-

tes pesquisadores da comunicação: **Presidente** – José Marques de Melo e Adolpho Queiroz (**Vice-presidente**), ambos da Universidade Metodista de São Paulo; **Diretor Financeiro** – Fernando Ferreira de Almeida, da Universidade Metodista de São Paulo e Faculdades Claretianas de Rio Claro; **Diretor Administrativo** – Luiz Alberto de Farias, da Unicsul, Faculdade Cásper Líbero e Universidade de São Paulo; **Diretora Científica** – Ada Dencker, Universidade Anhembi-Morumbi; **Diretora Cultural** – Raquel Paiva, Universidade Federal do Rio de Janeiro; **Diretora Cultural** – Raquel Paiva, Universidade Federal do Rio de Janeiro; Diretora de Documentação, Sueli Mara Soares P. Ferreira, Universidade de São Paulo; **Diretor de Projetos** – Paulo Rogério Tarsitano, Universidade Metodista de São Paulo; Diretora de Relações Internacionais, Sonia Virgínia Moreira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. **Conselho Curador:** Presidente – Anamaria Fadul; Vice-Presidente – Gaudêncio Torquato; Secretária – Margarida Kunsch; Conselheiros – Cicilia Peruzzo, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Manuel Carlos Chaparro. **Conselho Fiscal:** Alfredo Vizeu, Francisco Karam, Guilherme Rezende, Juçara Brittes e Mirian Rejowski. **Conselho Consultivo – Representantes por regiões: Norte** – Narciso Freire Lobo; **Nordeste** – Magnólia Rejane dos Santos; **Centro-Oeste** – Nelia Del Bianco; **Sudeste** – Ivone Lourdes de Oliveira; **Sul** – Rosa Maria Cardoso Dalla Costa. **Representantes de pesquisadores brazilianistas:** Espanha – Antonio Garcia Gutierrez; Argentina – Gustavo Cimadevilla e Portugal – Jorge Pedro Sousa. **Representantes da comunidade** – Associação Paulista de Propaganda – André Porto Alegre; Estado do Rio Grande do Sul – Antonio Hohlfeldt; Embrapa – DF – Jorge Menna Duarte.

Além do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", a INTERCOM promove quatro outros concursos destinados a incentivar os pesquisadores em processo de formação intelectual. São eles: **PRÊMIO VERA GIANGRANDE** – destinado a estudantes de graduação que tenham apresentado trabalhos na INTERCOM Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação. **PRÊMIO LIGIA AVERBUCK** – destinado a estudantes de especialização que tenham apresentado trabalhos na ALTERCOM – Jornada de Inovação Científica e Alternativas Comunicacionais. **PRÊMIO FRANCISCO MOREL** – destinado a estudantes de mestrado que

tenham apresentado trabalhos nos NPs INTERCOM – Encontro de Núcleos de Pesquisa em Ciências da Comunicação. **PRÊMIO FREITAS NOBRE** – destinado a estudantes de doutorado que tenham apresentado trabalhos nos NPs INTERCOM – Encontro de Núcleos de Pesquisa em Ciências da Comunicação.

Anualmente, a INTERCOM realiza os Simpósios Nacionais de Ciências da Comunicação. Eles tiveram início em 2002, quando a Sociedade evocou os 25 anos de fundação. A data foi comemorada conjuntamente pela Universidade de São Paulo e pela Faculdade Cásper Líbero, que promoveram o primeiro evento da série. A afluência de sócios, bem como de profissionais e pesquisadores interessados, levou à decisão de manter essa oportunidade anual de reunião acadêmica, operando sempre em parceria com universidades que possuam programas de estudos na área.

Esta publicação é resultado da sexta edição do evento, que foi realizado no ano de 2007. O VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação comemorou os 50 anos de fundação da comunidade internacional e 30 anos da comunidade nacional de Ciências da Comunicação e foi realizado em São Paulo, com o apoio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), entre os dias 11 e 12 de dezembro. Teve como tema central: **Qual o futuro das ciências da comunicação? A quem elas servem? Como se desenvolveram? Brasil, 1957-2007, e recebeu dentre seus conferencistas convidados os ganhadores do Prêmio "Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação", representando** duas gerações de pesquisadores brasileiros: de um lado, Antonio Hohlfeldt (PUCRS), Muniz Sodré (UFRJ), Sergio Matos (UFBA), Moacir Pereira (UFSC) e Antonio Costela (APH) – a equipe sênior; de outro lado, a equipe emergente: Raquel Paiva (UFRJ), Giovandro Ferreira (UFBA), Jacques Wainberg (PUCRS), Sergio Carvalho (UFSM), Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS), J. B. Pinho (UFV) e Eduardo Meditsch (UFSC). **Além de representantes de diversas entidades, como:** Paulo Skaf – Presidente da FIESP; Carlos Vogt – Secretário de Educação Superior do Estado de São Paulo; Lúcia Araújo – Diretora do Canal Futura / Fundação Roberto Marinho; Clóvis Pinto de Castro, Vice-Reitor da Universidade Metodista de São Paulo, Luis Milanesi, Diretor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, entre outros.

Os expositores fizeram um balanço de meio século da pesquisa em comunicação no mundo, tomando como marcos-histórico a fundação da IAMCR/AIERI em, Paris (1957), e a criação da INTERCOM em São Paulo (1977). Todos reconheceram o papel estratégico das duas associações na legitimação das comunidades científicas da área em planos internacional e nacional. Recomendaram, igualmente, que os cientistas da comunicação estabeleçam maior diálogo com a sociedade, especialmente a indústria midiática, no sentido de melhorar a qualidade dos bens simbólicos em circulação, no mercado, e de ampliar a inclusão de maiores contingentes de usuários no circuito consumidor

Os participantes do SINACOM 2007 foram conclamados a estimular as parcerias das instituições de ensino e pesquisa com as empresas de comunicação para estimular o "intercâmbio entre a reflexão teórico-conceitual e a prática profissional".

Elaborada pela equipe de relatores do SINACOM – Maria Cristina Gobbi, Osvando J. de Morais e Zeca Marques – a Carta de São Paulo sinaliza em relação aos processos de mudança social mediados pela mídia massiva.

Carta de São Paulo

Convocados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), pesquisadores, professores e profissionais da Comunicação Social, de todo o país, reuniram-se, durante três dias, em São Paulo, na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Serviço Social do Comércio (SESC) e a Faculdade Cásper Líbero, com o apoio da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, de 10 a 12 de dezembro de 2007, para avaliar Como se desenvolveram e qual o futuro das Ciências da Comunicação no Brasil. A Atividade fez parte do VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação (SINACOM), evento comemorativo dos 50 anos da fundação da comunidade internacional e 30 anos da comunidade nacional de Ciências da Comunicação. O tema central do evento foi a Ciências da Comunicação, que se estruturou, a partir da evolução do ensino e das di-

mensões ética, social, crítica, reflexiva, técnica e prática da formação profissional, na área da comunicação. Além de refletir sobre o papel das novas tecnologias da informação e da comunicação, da exclusão e da inserção social, a partir da formação acadêmico-profissional e do papel desempenhado pelos meios de comunicação, da democracia midiática, da exclusão cultural e da sociedade do conhecimento. Também se enfatizou que a criação dos cursos de comunicação, no Brasil, teve um incremento, a partir da década de 50, como reflexo da necessidade de profissionalização do mercado. Foram examinados quatro segmentos considerados essenciais para delinear o futuro das Ciências da Comunicação no país: o espaço universitário, a exclusão cultural, a sociedade democrática, digital e do conhecimento e a democratização dos meios de comunicação.

As reflexões iniciais ressaltaram a importância das parcerias desenvolvidas entre os setores acadêmico e profissional, avaliando, positivamente, as ações que estão sendo realizadas pela INTERCOM nesse sentido. Apontaram a necessidade de transformação dos métodos de se ensinar e de se produzir "comunicação", mas reforçaram que essa mudança deverá acontecer, a partir dos sujeitos que realizam esses processos. Consideraram que as parcerias entre as sociedades científicas, o mercado profissional e a formação acadêmica devem promover a alteração dos métodos de ensino e da produção da comunicação.

Há necessidade de formar novos profissionais e criar novos modelos de gestação da comunicação. É importante fazer uma revolução dos currículos acadêmicos, permitindo que a formação profissional seja capaz de desenvolver comunicadores aptos para atuarem em entidades de comunicação, produzindo conteúdos mais pluralistas.

Ficou constatado, nas várias reflexões apresentadas, que a exclusão social é agravada pela baixa qualidade da educação básica e esse quesito é um dos fatores que restringem significativamente, o direito à informação (direito esse fundamental para uma sociedade democrática), dificultando o acesso aos meios e, sobretudo, à produção de conteúdos que reflitam as diferenças culturais dos múltiplos grupos sociais do país.

Na sociedade midiática, ponderou o grupo, cidadania inclui não só o acesso à informação, mas a sua compreensão, assumindo,

também, características peculiares de seus produtores que devem ser protagonistas nos processos comunicativos.

Após três dias de debates, análises e reflexões, os participantes do SINACOM 2007 propuseram a "Carta de São Paulo" com a finalidade de contribuir para:

1. Reafirmar que a comunicação é um direito humano fundamental e que ela deve ser permeada por princípios éticos e cidadãos;

2. Reafirmar que o acesso à comunicação também deve permitir a apropriação das tecnologias, por meio de conteúdos que contemplem a pluralidade cultural e que possibilitem a socialização do conhecimento;

3. Reafirmar que a diversidade cultural e a socialização do conhecimento devem ser amparadas por políticas públicas de proteção dos conteúdos locais/regionais/nacionais e das indústrias produtoras;

4. Clamar pela necessidade de democratização dos meios de comunicação e a atualização das leis de imprensa, por meio da plena participação popular, envolvendo a sociedade civil organizada e os produtores midiáticos;

5. Ressaltar o direito à comunicação e suas interfaces com as questões sociais, econômicas, políticas e culturais, reforçando que, apesar do crescimento e da diversidade das mídias, quer locais ou regionais, essas devem, através de múltiplas parcerias com as sociedades científicas organizadas e com as unidades acadêmicas, buscar solução para que não sejam apenas reproduzidos padrões da grande mídia nacional/global, mas que se estimulem a produção de novos formatos, linguagens e mesmo de conteúdos na perspectiva local/regional;

6. Convidar as empresas de mídia para ampliar sua participação social, através de ações e de conteúdos que contemplem

os princípios da cidadania; da valorização e qualificação de seus profissionais dentro dos parâmetros da responsabilidade social; que insiram conteúdos locais/regionais, respeitando e garantindo a diversidade cultural; estimulando a presença de minorias e difundindo os direitos humanos nos conteúdos midiáticos, preservando, assim, as identidades e peculiaridades, locais ou regionais;

7. Reforçar a necessidade de ações realizadas, conjuntamente, entre o poder político, as sociedades acadêmico-científicas, a sociedade civil e as universidades, para redução das desigualdades sociais provocadas, entre outras, pelas exclusões educativas, culturais e digitais;

8. Conclamar que as instituições universitárias assumam a responsabilidade de promover cursos voltados para a formação de comunicadores/empreendedores, críticos e cidadãos participativos do processo social do país. Para isso, devem ser repensadas novas grades curriculares que permitam ao estudante a não *demonização* dos meios, mas a reflexão crítica sobre o papel social que estes desempenham. Além disso, deve ser estimulada a iniciação científica, ancorada na relação com os estudos das Ciências da Comunicação.

* * *

Com base nas considerações e propostas acima, pesquisadores, professores e profissionais reunidos em São Paulo, nos dias 10 a 12 de dezembro de 2007, propõem a implementação das seguintes estratégias a serem desenvolvidas e apoiadas pela INTERCOM e por seus parceiros acadêmico-profissionais:

a) Estimular a parceria entre o meio acadêmico e o mercado profissional por meio de cursos, simpósios, conferências, publicações, congressos e demais eventos e ações;

b) Promover debates e realizar cursos voltados para a educação e a comunicação cidadã;

c) Incentivar pesquisas que permitam o acompanhamento permanente da mídia local/regional/nacional;

d) Buscar, através das parcerias com as empresas de comunicação, novos espaços para o intercâmbio entre a reflexão teórico-conceitual e a prática profissional.

São Paulo, 12 de dezembro de 2007.

nesta coletânea, podemos ressaltar as transformações ocorridas na cultura de massa, pressupondo novas identidades culturais resultantes dos processos de globalização.

Neste contexto, as instituições que abrigaram pesquisas e pesquisadores, em realidade, aqui rediscutem e redimensionam os conceitos fundamentais de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira e identidade, entre outros, consolidando a pesquisa e, principalmente, democratizando o espaço universitário assinalando os mesmos valores para a sociedade midiática-digital da atualidade.

Com este 4º e último volume da Coleção Verde-Amarela: Ciências da Comunicação no Brasil Democrático, a Intercom contribui não só para a consolidação das pesquisas em Comunicação no Brasil, mas também socializar o conhecimento adquirido em seus 30 anos de existência.

Osvando J. de Morais
Coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura
Universidade de Sorocaba - UNISO