Circunstâncias que marcaram o percurso de um Jornalista / Pesquisador pelo Campo das Ciências da Comunicação no Brasil (1965/2015)

JOSÉ MARQUES DE MELO¹

Completo 50 anos de vida acadêmica, em 2015. Diplomado em Jornalismo (dezembro de 1964) aceitei o desafio de Luiz Beltrão para criar o Departamento de Pesquisas do ICINFORM, capitalizando a experiência demonstrada na Iniciação Científica. O convite, imprevisto e irrecusável, significava uma mudança radical na carreira de Jornalista que tanto ambicionara.

Embora envaidecido pelo reconhecimento profissional (pois fui incluído precocemente no seleto clube dos detentores do Premio Esso de Jornalismo/1964), desisti do sonho de ser Repórter investigativo para me converter em investigador da Reportagem e de outros formatos ou gêneros jornalísticos.

Minha primeira aventura foi escrever um Artigo científico sobre o Jornalismo Policial na imprensa do Recife. Resultante do trabalho de Iniciação Científica, realizado no Curso de Jornalismo da UNICAP, esse artigo foi publicado em 1965, na revista *Comunicações & Problemas*, em coautoria com meu orientador.

Desde então, a marca da imprevisibilidade tem sido uma constante na minha trajetória acadêmica. Ou melhor, minha agenda como pesquisador foi sempre determinada pelas conjunturas e minhas decisões investigativas foram sempre plasmadas pelas circunstâncias.

Nesse sentido é que me considero um Pesquisador Ortegiano e como tal pretendo reconstituir meu itinerário científico, repleto de situações cuja natureza foi sendo perfilada por decisões atípicas e inadiáveis.

1. Professor Titular e Diretor da Cátedra UNESCO de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Doutor e Livre Docente em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP), integrou a equipe de docentes fundadores da Escola de Comunicações Culturais (atual Escola de Comunicações e Artes).

Quem acompanha minha vida acadêmica percebe com nitidez a predileção que tenho pelos objetos situados em espaços transfronteiras, sobretudo nas bordas do Jornalismo e da Folkcomunicação.

Confesso que se trata de oportunidade singular para compreender as trajetórias intelectuais de pessoas de uma mesma geração, através de exercícios de autorreflexão necessários para melhor compreender nossas opções teóricas e metodológicas, acionando mecanismos de cooperação, mesmo em situações conflitivas.

O mais importante é compreender as diferenças para instaurar ambiente de respeito humano e coexistência profissional.

A revisão do espaço ocupado pelo Brasil na comunidade acadêmica da comunicação faz-se oportuna no momento em que celebramos 50 anos de fundação das Ciências da Comunicação, resgatando o papel vanguardista desempenhado nesse contexto pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares

O campo das ciências da comunicação (Marques de Melo, 1999) existe na sociedade brasileira há mais de 60 anos, desde que foram criados os pioneiros institutos de pesquisa de audiência da mídia e instalados os primeiros cursos superiores de jornalismo. Os principais marcos são: a fundação do IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (1942) e o início das atividades didáticas da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero (1947).

Sua ampliação, para incorporar novos segmentos comunicacionais (cinema, editoração, relações públicas, rádio-teledifusão, lazer, divulgação científica, extensão rural), somente ocorreu a partir dos anos 60, quando se fortalece a indústria midiática em território nacional.

Verifica-se ao mesmo tempo uma mudança nos espaços de geração de conhecimentos novos: as emergentes escolas de comunicação iniciam atividades regulares de pesquisa. A instituição pioneira foi a Universidade Católica de Pernambuco, onde Luiz Beltrão funda o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação (1963), vindo logo a seguir a Universidade de Brasília (1965) e a Universidade de São Paulo (1967), cujas faculdades de comunicação instituem programas de doutorado na área.

Nesse momento uma comunidade acadêmica constituída por professores-pesquisadores começa a se configurar. Os cursos de pós-graduação em comunicação, enclavados nas universidades, absorvem os primeiros doutores diplomados em instituições estrangeiras ou titulados no próprio país.

Constitui-se, portanto, uma rede de cientistas da comunicação, dotada de perfil híbrido. Alguns pertencem aos diferentes setores da comunicação de massa (com hegemonia do jornalismo), outros procedem das disciplinas conexas (humanidades e ciências sociais). Pouco a pouco, essa comunidade vai adquirindo visibilidade social (Lopes, 2000).

METAMORFOSE

Os perfis existenciais dos cidadãos, sendo produto das circunstâncias em que eles vivem, só podem ser compreendidos em consonância com a herança cultural assimilada pela geração a que pertence cada um.

É bem verdade que metamorfoses vão se dando no curso da vida em sociedade, mas dificilmente nos libertamos das nossas raízes, nem das matrizes que retroalimentam, no tempo e no espaço, as nossas preferências, hábitos e aspirações.

Reconheço que me nutri cognitivamente numa comunidade regida pela cultura popular oral, mas me formei sob o desafio da inserção compulsória na cultura letrada, pois o ingresso na sua vanguarda erudita depende das habilidades de ler, escrever, contar, narrar.

Crescendo na civilização da palavra impressa, senti-me como se fosse “peixe fora d’água” ao trabalhar com o referencial da geração fornida pela civilização da imagem e do movimento. Primeiro, convivi com o **cinema**, que passou a fazer parte do meu referencial compreensivo sem necessariamente interferir na minha agenda investigativa. Depois, presenciei a inserção cada vez mais intensiva, na vida cotidiana do planeta, da linguagem peculiar à **televisão**. Logo percebi como é difícil assimilar valores e rotinas que rompem com a linearidade.

Isso talvez explique a razão de, nos meus estudos empíricos, haver privilegiado a imprensa, objeto com o qual estava familiarizado e cujo território me inspirava segurança. A televisão foi se impondo na minha trajetória de pesquisador mais em função das circunstâncias do que em consequência de motivações intrínsecas.

Fazendo um balanço crítico da minha produção acadêmica verifico que as explorações feitas no território audiovisual, particularmente televisivo, são eminentemente conjunturais, denotando intervalos periódicos, descontinuidades temáticas e algumas vezes ajustes analíticos. Tais estudos abrangem pelo menos 50 anos, período que corresponde à minha própria convivência com o fenômeno, seja como telespectador, seja como

observador das suas manifestações emblemáticas.

Inaugurada em 1950, a televisão operou inicialmente nas duas metrópoles nacionais: São Paulo e Rio de Janeiro. Expandiu-se posteriormente para Minas Gerais, chegando ao Nordeste no início dos anos 60. A cidade do Recife foi o cenário de uma corrida pela liderança empresarial, quando entram no ar, simultânea e competitivamente, as duas emissoras pioneiras, a TV Rádio Clube de Pernambuco e a TV Jornal do Comércio. Só então comecei a vislumbrar esse labirinto simbólico, inicialmente como usuário, mesmo assim na condição de telezinho. A posse de televisores era restrita às famílias de alta renda, de modo que, na condição de estudante, só participava da audiência dos programas televisivos a convite de parentes e amigos bem de vida. Mas preservo na memória as cenas e as personagens resgatadas por Jorge José B. Santana no livro *A Televisão Pernambucana por quem a viu nascer* (Recife, Facform, 2007).

Da mesma forma, guardo com nitidez os escassos relatos que escutei durante o curso de jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco. Obtive aprendizado zero na área de telejornalismo. Esta sequer fazia parte da grade curricular. Assim como o estudo da História do Brasil terminava na Revolução de 30, o ensino do jornalismo esbarrava na era do rádio. As poucas informações foram repassadas transversalmente na cadeira de Publicidade. Seu regente, o publicitário Beroaldo Lucena e Melo, contava episódios sobre a produção de comerciais para a televisão. Era uma caixa de surpresas, pois o êxito dos anúncios dependia em grande parte do talento e da capacidade de improvisação das “garotas-propaganda”, porque transmitidos “ao vivo” e portanto sujeitos a variáveis imprevisíveis.

Apesar dessa carência curricular, dois jornalistas formados nas primeiras turmas da UNICAP demonstraram interesse pelo novo veículo. Quem dá notícia dessa tendência é Luiz Beltrão, ao fazer uma resenha da “Aprendizagem das Ciências da Comunicação em Pernambuco”, na edição inaugural de *Comunicações & Problemas* (1965, p. 6-8). Ele registra que, dentre os formandos das duas primeiras turmas, Luiz de Alencar Bezerra obteve colocação como “redator de notícias do Canal 6 (TV Rádio Clube de Pernambuco)” e Roberto Benjamin foi contratado como “produtor de programas informativos” na mesma empresa.

Se não encontrou ambiente favorável junto às autoridades universitárias para introduzir o estudo do telejornalismo no currículo do curso inovador implantado em Recife, a partir de 1961, Luiz Beltrão detinha

conhecimento suficiente sobre a problemática da televisão. Ele dá demonstração disso no seu livro clássico *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* (Rio, Agir, 1960, p. 54-59), incluindo elucidativo tópico sobre o assunto.

Pouco depois, ao proferir, no auditório da Biblioteca Mário de Andrade, a aula inaugural do ciclo de extensão universitária, promovido pela Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo, Beltrão evidenciaria seu aprofundamento no estudo da televisão. É o que se depreende da leitura daquela alocução, integralmente publicada, sob o título “Jornalismo pela Televisão e pelo Rádio: perspectivas”, na *Revista da Escola de Comunicações Culturais* (n.1, São Paulo, 1967, p. 101-119). Recentemente incluído na coletânea “Comunicação no Brasil: as ideias pioneiras de Luiz Beltrão”, *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional* (n. 10, São Bernardo do Campo, UMESP, 1997, p. 133-150), esse texto permite o acesso aos leitores de hoje.

Ali, o mestre nordestino conota o papel revolucionário da televisão como artefato gerador da *iconosfera*.

Para consolidar o seu império, a Tecnologia necessitava do seu meio ideal de comunicação. Esbarrava, porém, em dois sérios obstáculos: o *analfabetismo* de mais da metade da população mundial e a *babel das línguas*. Nenhum desses obstáculos poderia ser superado a curto prazo, e o ritmo da civilização nuclear e espacial exigia a participação global da humanidade sob pena de perdurarem o germe da ignorância e da incompreensão, que agravam o problema social e conduzem à política exterminadora das guerras. Era preciso tornar a informação instantânea e universal. A Televisão foi o veículo dessa instantaneidade e desse universalismo porque é a apresentação do acontecimento no justo momento em que ocorre, através da imagem, o signo mais acessível à compreensão humana. (*Anuário Unesco/Metodista*, n.10, p. 134)

Aliás, por influência de Luiz Beltrão, despontam no cenário nacional três pesquisadores que vão acrescentar conhecimento novo ao solitário livro de Péricles Leal – *Iniciação à Televisão* (Belém, Falangola, 1964). Roberto Benjamin realiza, em Recife, a primeira pesquisa comparativa sobre a programação da televisão comercial, publicada na *Revista da Escola de Comunicações Culturais*, n. 2, São Paulo, 1968, p. 151-165. Dedicou também ao tema a tese de livre-docência que defendeu na Universidade

Federal Rural de Pernambuco, no início dos anos 70, focalizando as relações entre *Televisão e Política*. Por sua vez, Wilson Aguiar, integrante da equipe docente liderada por Beltrão na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, foi por ele impulsionado para produzir os estudos posteriormente difundidos sob a forma de livro *Introdução à TV* (Brasília, Habitat, 1967) e *TV Didática* (Brasília, Ebrasa, 1968). Da mesma forma, Thereza Catharina de Goes Campos Universidade de Brasília/ Universidade Federal de Pernambuco – escreveu *A TV nos tornou mais humanos?* (Recife, UFPE, 1970).

Quando circularam tais publicações, de certo modo eu já havia preenchido a lacuna da minha graduação em Jornalismo. Fiz pós-graduação no Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para América Latina, frequentando a disciplina ministrada pelo jornalista Maurice Hankard, diretor da RTV Belga. Com ele adquiri conhecimentos essenciais para entender a rotina da televisão europeia, em comparação com o modelo norte-americano. Mantive frequente intercâmbio com o professor Hankard. Tive a oportunidade de visitá-lo em Bruxelas, em 1970, conhecendo a dinâmica informativa de uma emissora pública, como era comum na Europa, naquela conjuntura.

Mas antes dessa incursão europeia, tivera a chance de trabalhar como pesquisador profissional no Instituto de Estudos Econômicos – INESE, onde supervisionei vários estudos sobre a veiculação de anúncios na televisão. Procurei compreender as implicações persuasivas da TV e o impacto de campanhas patrocinadas por grandes anunciantes na formação dos hábitos de consumo da população nacional.

A premissa consensual na corporação dos estudiosos do mercado consumidor era a de que as telenovelas constituíam uma categoria de programa cuja eficácia persuasiva limitava-se ao contingente feminino da população. A explicação era plausível: só as mulheres acompanham diariamente as telenovelas.

Entretanto, evidências não suficientemente documentadas me levavam a duvidar dessa generalização corrente, em parte calcada na realidade norte-americana, onde imperavam as *soap operas*, excluindo os homens da audiência dos folhetins eletrônicos. Verbalizei tal dissonância aos meus alunos de Teoria da Comunicação na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, surgindo a ideia de realizarmos uma pesquisa de campo para testar a hipótese. Esta foi a minha primeira aventura acadêmica no espaço

televisivo. Os resultados demonstraram que não passava de falácia a tese de que só mulher assistia telenovela, até mesmo porque integrava a programação do “horário nobre”, quando toda a família era aglutinada pelo ritual do “jantar”.

Aplicando testes projetivos verificamos que havia uma contradição flagrante entre o discurso explícito e as revelações implícitas das fãs das telenovelas. Elas admitiam que seus maridos, genitores, filhos, genros e outros agregados masculinos também seguiam os capítulos das narrativas ficcionais veiculadas pelas emissoras de televisão, mas vacilavam em confessar essa preferência por se tratar de hábito considerado politicamente incorreto. Contribuí desta maneira para quebrar o *tabu* socialmente reconhecido, divulgando amplamente essa constatação em meu livro de estreia *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (Petrópolis, Vozes, 1970).

Tais conhecimentos foram decisivos para embasar o meu desempenho didático no recém criado curso de jornalismo na Universidade de São Paulo. Assumi a regência das disciplinas referentes aos gêneros do jornalismo impresso, mas por motivos supervenientes acabei por lecionar também o conteúdo teórico da disciplina de telejornalismo.

Mesmo tendo consciência da minha formação precária nesse campo, limitada ao conhecimento livresco e às noções assimiladas em sala de aula, vi-me na contingência de nele atuar didaticamente. Com a ajuda de um aluno-monitor dotado de competência técnica, assumi a regência da disciplina, ministrando as aulas teóricas, ficando Walter Sampaio encarregado da prática em telejornalismo.

Dessa parceria nasceu o primeiro livro de introdução ao campo no Brasil – *Jornalismo Audiovisual*, na coleção que então me foi confiada pela Editora Vozes de Petrópolis. Coeditada com o selo da EDUSP, em 1971, a obra teve muito boa acolhida, sendo reeditada imediatamente para suprir a carência de textos nacionais sobre telejornalismo.

Tais explorações pelas sendas do telejornal e da telenovela aguçaram meu apetite cognitivo. Contribuíram para manter o interesse pelo fenômeno, projetando-se nas observações críticas que fiz durante os anos 60. Suas evidências estão contidas em duas publicações: *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento* (Petrópolis, Vozes, 1971) e *Reflexões sobre temas de comunicação* (São Paulo, ECA-USP, 1972). Esse exercício de *television criticism* prosseguiu nos anos 70, explicitado através de palestras proferidas no circuito universitário ou dos comentários que publiquei em jornais e

revistas, como pode ser conferido no livro *Telemania, anestésico social* (São Paulo, Loyola, 1981).

Ao realizar meu programa de pós-doutorado nos EUA, revisei boa parte da bibliografia histórica sobre televisão na América Latina, na tentativa de compreender a simultaneidade dos processos de difusão desse novo canal de comunicação de massa ao sul do rio Grande. Examinei também a nascente literatura brasileira sobre televisão, escrevendo um *paper*, que serviu de roteiro às palestras proferidas em universidades do consórcio do meio-oeste norte-americano (Wisconsin, Minnesota, Indiana, Michigan e Urbana-Champaign). A versão em inglês foi lida e anotada por colegas *Brazilianists*. Mas sua tradução em português, devidamente atualizada, só veio a ser difundida em 1993, na revista *Comunicação & Sociedade*, n. 19.

Nesse ínterim, o *paper* circulou entre os colegas brasileiros que estavam à testa da ABEPEC – Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Comunicação, o que certamente motivou o presidente da entidade, Prof. Antonio Firmo Gonzalez, a me convocar para integrar, na condição de consultor metodológico, a equipe que fez o primeiro inventário crítico da televisão brasileira. Trata-se de pesquisa desenvolvida em todo o território nacional, com o apoio financeiro do Estado do Rio Grande do Sul. O planejamento foi efetuado de maneira coletiva pela diretoria da ABEPEC, transferindo o trabalho de campo ao centro de pesquisas em comunicação da PUC gaúcha. A coleta de dados foi supervisionada pela dupla de professores Sérgio Caparelli e Alberto Verga, este ocupando cargo de professor-visitante em universidades gaúchas. A eles me agreguei na etapa final, supervisionando a tabulação dos dados, a análise dos resultados e a elaboração do relatório final.

O dossiê dessa pesquisa ficou inédito durante um quinquênio, embora seus resultados principais tenham sido divulgados sumariamente pela *Revista da ABEPEC*, n. 4, datada de junho de 1978. Da mesma forma que Sérgio Caparelli socializou parte dos dados em sua obra *Televisão e Capitalismo* (Porto Alegre, L&PM, 1982), publiquei, em meus livros *Para uma leitura crítica da comunicação* (São Paulo, Paulinas, 1985) e *Comunicação: Teoria e Política* (São Paulo, Summus, 1985), capítulos fundamentados nos textos me coube redigir para a ABEPEC, nessa ocasião já desativada institucionalmente. Um desses textos foi escolhido por Alfredo Bosi para integrar a coletânea *Cultura Brasileira*, que ele publicou pela Editora Ática.

Somente retomei o fenômeno da televisão brasileira em 1987, convidado pela UNESCO para participar do projeto internacional sobre o fluxo mundial dos programas televisivos. Até então, predominava o conhecimento exclusivo dos fluxos norte-sul. Mas os dirigentes da UNESCO estavam curiosos para demonstrar as possibilidades dos contrafluxos sul-sul e sul-norte. Focalizei o caso da Rede Globo de Televisão, principal empresa produtora de ficção seriada para o nosso mercado interno. Seus produtos, dublados e adaptados para audiências forâneas, conquistaram os mercados latino-americanos e europeus, bem como povos de outros continentes.

Aquela pesquisa foi apresentada em produtivo seminário que a UNESCO promoveu em Hilversum (Holanda), coordenado por Peter Larsen, comprovando a validade de uma tese do Relatório MacBride. Posteriormente, organizei uma versão destinada ao público leigo, enfeitada no livro *As telenovelas da Globo – produção e exportação* (São Paulo, Summus, 1988). Contribui, em certo sentido, para neutralizar o clima de antagonismo que ainda pairava entre a comunidade acadêmica e a indústria cultural. Aquele tom belicoso também foi suavizado pela publicação de obras congêneres, como, por exemplo, a coletânea dirigida por Renato Ortiz – *Telenovela, história e produção* (São Paulo, Brasiliense, 1988) e o estudo realizado por Michele e Armand Mattelart – *O carnaval das imagens* (São Paulo, Brasiliense, 1989).

Resquícios da mentalidade apocalíptica ainda germinavam na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, quando fui sufragado pela comunidade acadêmica para assumir o cargo de Diretor da instituição. Surpreendi-me ao constatar que o currículo do curso de rádio e televisão não contemplava a produção ou até mesmo a crítica das telenovelas, o principal produto de exportação da indústria audiovisual brasileira. Esse gênero ficcional era completamente ignorado pelos professores da área, a não ser em referências fortuitas à adaptação de obras clássicas da literatura brasileira para formatos em série.

A minha proposta de criação do Núcleo de Pesquisas em Telenovelas – NPTN – foi recebida com ceticismo pelo corpo docente da unidade e completa indiferença do alunado. Não encontrei igualmente o respaldo da Reitoria para alocar recursos destinados ao resgate e à preservação da memória da telenovela. Decidi dar início ao processo de constituição do núcleo com recursos da própria escola e a participação de alunos da pós-graduação.

Vale a pena registrar que a temática da televisão passou a ser escolhida como objeto de estudos por alguns estudantes de doutorado. O primeiro a me procurar foi Carlos Eduardo Lins da Silva, buscando orientação para sua pesquisa sobre o impacto do “Jornal Nacional” da TV Globo sobre as comunidades de trabalhadores urbanos, de que resultou o livro *Muito Além do Jardim Botânico* (São Paulo, Summus, 1985). No prefácio a esta obra anotei seu principal mérito: “derrubar o mito de que o homem comum que habita as nossas cidades ou procede da periferia rural padece de uma burrice endêmica, não tendo capacidade para ler nas entrelinhas as mensagens que fluem através do telejornais, como se admite que possuem as elites” (p. 10).

Talvez essa distância entre os postulados teóricos importados acriticamente e as evidências empíricas decorrentes das observações no campo tenham fortalecido as barreiras entre a vanguarda acadêmica e a televisão, naquela conjuntura de derrocada do regime militar pós-64.

Refiro-me naturalmente às resistências cultivadas pela academia brasileira. Pois os *scholars* do chamado “primeiro mundo” vinham dedicando atenção aos fenômenos gerados pelo desenvolvimento da televisão em nosso país, como o atestam os estudos publicados por Nicolas Vink – *The Telenovela Emancipation* (Amsterdam, Royal Tropical Institute, 1988), Conrad Kottak – *Prime Time Society* (Belmont, Wadsworth, 1990) ou Joseph Straubhaar – *Mass Communication and the Elites*, In: Coniff & McCann – *Modern Brazil* (Lincoln, University of Nebraska, 1991), entre outras.

Reiterando o interesse forâneo pelo desenvolvimento da sociedade audiovisual no Brasil, fui desafiado, nessa conjuntura, pelo professor Emile McAnany, da Universidade do Texas, a integrar uma equipe interdisciplinar, patrocinada pela Fundação Rockefeller, cuja meta seria estudar o efeito das telenovelas no declínio da fertilidade da mulher brasileira e consequentemente no tamanho das nossas famílias.

Discuti o projeto que estabelecia a interface demografia-comunicação com a coordenadora do NPTN, Anamaria Fadul, engajando a ECA-USP nesse programa de estudo comparativo da televisão em países periféricos como Índia, Nigéria e México. A pesquisa durou mais de um ano, constituindo um grande incentivo para fortalecer o estudo da telenovela no *campus*.

Assumi pessoalmente uma parte do projeto, justamente vinculando o objeto em estudo com a minha formação intelectual. Quis conhecer o impacto da mídia impressa na legitimação da telenovela brasileira,

analisando amostras de jornais e revistas que faziam a cobertura das produções de maior sucesso nas décadas de 60, 70, 80 e 90.

Esta foi uma excelente oportunidade para verificar como o sistema midiático funciona de maneira integrada, não podendo nenhum segmento desprezar ou refugar o outro. Na era do rádio, Paul Lazarsfeld já havia enunciado a “lei de todos ou nenhum”. Quem ouve rádio, lê jornal, mas também assiste a televisão ou navega pela internet. Por isso mesmo, a televisão não pode prescindir da imprensa, que divulga sua programação e orienta os telespectadores para a escolha de conteúdos e até mesmo para desligar a telinha.

Apresentei, em congressos internacionais, na década passada, os resultados mais consistentes. Desde então, a continuidade dos meus estudos sobre televisão passou a ser intelectualmente mediada. Através da supervisão de teses, tenho incentivado mestrandos e doutorandos a submeter à prova novas hipóteses investigativas, buscando equacionar questões enigmáticas.

Destaco alguns casos significativos. Por exemplo, as interfaces entre mídia impressa e telenovelas foram exploradas pela mestranda Fábria Dejavite e pela doutoranda Ofélia Torres Morales. A primeira focalizou a influência do suplemento dominical do jornal paulista *Diário Popular* nos hábitos e preferências dos consumidores de telenovela. A segunda foi mais longe: internou-se na redação da revista *Contigo* para compreender quem agenda as telenovelas, com que intenções e quais as influências que exercem os jornalistas nas rotinas de produção, por vezes incitando os roteiristas dos folhetins a alterar situações que encontram resistências nos telespectadores. Infelizmente tais pesquisas ainda continuam inéditas, salvo resultados parciais divulgados sob a forma de “comunicações científicas” e inseridas nos anais de congressos nacionais.

Outro ângulo interessante foi explorado pelos doutorandos Guilherme Rezende e Ana Carolina Temer. Ele analisou comparativamente os telejornais de três distintas redes nacionais, concluindo que a cultura gutenberiana ainda se faz presente na estrutura dos telejornais, uma vez que todos eles são montados em cima de roteiros previamente escritos, pouco espaço abrindo para improvisações discursivas no calor da hora. (Rezende, Guilherme – *Telejornalismo no Brasil*, São Paulo, Summus, 2003). Ela acompanhou, durante uma semana, o processo de produção dos telejornais da Rede Globo, comprovando a sua hipótese de que todos eles estão pautados

por um compromisso de serviço público, o que os transforma em veículos a serviço da comunidade, enfraquecendo seu dever de informar autonomamente (Temer, Ana Carolina – *Dicas e Serviços*, Rio, E-paper, 2005).

Trata-se de casos emblemáticos, o que não tira o valor documental de outras teses que tive o ensejo de inspirar teoricamente e de acompanhar metodologicamente. Exemplificam esse conjunto as pesquisas de Walter Gravitz sobre o itinerário histórico da TV Record, de Sebastião Squirra sobre o âncora Boris Casoy, de Vera Toledo sobre os esportes na TV, de Valquiria Kneip sobre a história oral do telejornalismo brasileiro e o desbravador estudo de Paula Casari sobre o pioneirismo de Assis Chateaubriand.

Não posso naturalmente omitir as ações empreendidas no âmbito da divulgação cultural, projetando na sociedade personalidades marcantes para o desenvolvimento da televisão brasileira, como são os casos de Landell de Moura, Assis Chateaubriand, Roberto Marinho, cujas histórias de vida inclui em obras coletivas de interesse supletivo.

Mais recentemente, tenho sido instado a inventariar minha contribuição para o desvendamento de aspectos relevantes da polifacética televisão verde-amarela. É o caso do ensaio publicado, em 2008, na edição da revista *Chasqui* que me foi dedicada pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Também não posso esquecer as entrevistas que tenho concedido a interlocutores privilegiados, incluídas em livros publicados fora do país, entre eles o singular estudo de Mário Nieves – *Televisión bajo palabra: poder, pasión e identidad en la TV brasileña* (Monterrey, Universidad Regiomontana, 2002).

Culminando esse processo, tomei a iniciativa de organizar uma antologia que disponibilizasse, para as novas gerações, o conhecimento referente aos primeiros 60 anos da televisão brasileira, permitindo avaliar seus avanços e carências na fronteira entre a era analógica e a idade digital.

Enquanto aguardamos sua publicação, vale a pena indicar algumas perspectivas. Elas são fruto das incursões bibliográficas feitas recentemente. Seja para organizar o livro *O campo da comunicação no Brasil* (Vozes, Petrópolis, 2008), para o qual estimei minha colega Sandra Reimão a resgatar o estado do conhecimento sobre a pesquisa de televisão na universidade brasileira. Seja para participar do debate promovido pelo IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, órgão da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República – em torno das políticas nacionais

de comunicação, cujas notas foram incluídas por Daniel Castro no livro *Reflexão sobre as políticas nacionais de comunicação* (Brasília, IPEA, 2010).

O balanço global do desenvolvimento da TV brasileira é positivo (Fonte: *Mídia Dados 2009*). Faltam, contudo, mecanismos mais eficazes de participação da sociedade no controle de qualidade da programação e na fiscalização dos abusos cometidos contra os direitos dos cidadãos consumidores. Essa tarefa cabe em parte ao Estado, mas também é de responsabilidade da sociedade civil.

Sua efetivação depende, porém, da consolidação da vida democrática num país cuja história recente foi bastante estigmatizada pelo autoritarismo e pelo obscurantismo.

- a) Os agentes do mercado estão otimistas, vaticinando um “novo salto de qualidade” para a TV aberta, considerando o avanço da TV digital. A expectativa era “encerrar 2009 cobrindo 60% dos municípios brasileiros com o novo sistema”, assegurando ao Brasil uma posição de destaque entre os países “onde a digitalização do sinal de TV se expandiu mais rapidamente”. Por sua vez, a TV por assinatura demonstrava vitalidade, crescendo progressivamente, atingindo uma audiência composta por quase seis milhões de pessoas.
- b) Todavia, a esperança de incremento da televisão repousa na própria “modernização do meio”, ou seja, na adoção de tecnologias de ponta, capazes de melhorar a entrega do sinal nos domicílios, mas também na difusão de novos suportes para recepção dos programas das redes – aparelhos portáteis e telefones celulares.
- c) Ao promover a I Conferência Nacional de Comunicação, o Governo Lula demonstra a exata compreensão do problema, como está explícito na declaração do secretário nacional de articulação social da Presidência da República, Gerson Almeida. “Há um certo consenso entre todas as partes de que o processo de convergência tecnológica está exigindo uma atualização do marco regulatório. (...) Os meios de produção e transmissão de informação hoje diversificaram e ampliaram muito.” Mas reconhece também que “há divergências sobre o mérito das questões”, como por exemplo “a propriedade de entidades produtoras de conteúdo”. Sua posição é a de que “se tem que ser nacional”, é interessante considerar a “ideia da competição”.

Poucos são os estudos que analisam cientificamente o impacto provocado pela TV na sociedade brasileira, especialmente seu papel político e educativo. O inventário crítico feito por Sandra Reimão a propósito do conhecimento acumulado no Brasil sobre o fenômeno televisivo conclama os pesquisadores a recorrer a “novos olhares” e “novas formas de abordagem e interpretação”, alertando que estamos imersos num “processo de transformações” provocadas pelas mudanças tecnológicas. Por isso mesmo, a “pesquisa acadêmica não poderá deixar de buscar entender essas mudanças tecnológicas e seus usos sociais”.

ENTRE-TEXTO

Até agora, nesta narrativa factual, procurei ater-me a questões objetivas, de natureza teórico-metodológica, expondo fatos e ocorrências que fazem parte do universo científico. Tenho evitado tratar dos aspectos situados no âmbito das subjetividades porque estas transbordam inevitavelmente para o domínio das ideologias.

Porém este depoimento ficaria incompleto ou faccioso se deixasse de expor claramente minhas aproximações ao marxismo. Se omitisse meu diálogo com os pensadores dessa corrente ideológica. Dela me aproximei na alvorada juvenil, engrossando as fileiras da Juventude Comunista, atraído pelo romântico discurso de Celia Guevara que visitou o Brasil no início da Revolução Cubana, protagonizando cenas ao estilo da revolucionária espanhola Dolores Ibarruri, celebrizada como La Pasionaria, entoando seu emocionante refrão anti-franquista *No pasarán!*

Não demorou muito o fascínio imaginário e fui me distanciando, pouco a pouco, da prática autoritária do PCB, escamoteada através do princípio do *centralismo democrático*, sem contudo renegar sua doutrina pré-leninista ou pós-stalinista, até mesmo pelos postulados humanistas que se identificavam com a Doutrina Social da Igreja Católica (pós-Leão XIII), onde me eduquei e com a qual me reconciliei no período pós-conciliar (Vaticano II), em grande parte pela convivência exemplar que mantive com Romeu Dale, o frade dominicano que dedicou seu ostracismo episcopal (pós JUC/CNBB) a ensinar/aprendendo práticas de comunicação popular que conciliavam as ideias do encarcerado Gramsci com a sabedoria do Patriarca João XXIII.

HIPER-TEXTO

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

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

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

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

Tais ideias embutiam uma espécie de Plano Marshall terceiromundista, merecendo reflexões cautelosas por parte de economistas latino-americanos, como foi o caso de Raúl Prebisch, dirigente da Comissão Econômica da América Latina – CEPAL. Em documento amplamente disseminado pela UNESCO, ele questionou a relação causal entre comunicação e desenvolvimento (Marques de Melo, 1998).

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

Talvez como recurso didático, possamos identificar duas linhas de pensamento no âmbito da EPC – uma “pragmática”, catalizando as abordagens

mais sintonizadas com a preservação do sistema econômico hegemônico na sociedade – e outra “crítica”, mais preocupada em problematizar as estruturas vigentes, quase sempre inspiradas ou influenciadas pelo marxismo.

DEBATES EPISTEMOLÓGICOS

As questões epistemológicas e metodológicas fazem parte da gênese do meu trabalho acadêmico no campo da comunicação. Minha monografia de pós-graduação, apresentada ao Centro Internacional de Estudos Superiores em Jornalismo para a América Latina (1965) tem como objeto a “classificação” e a “conceituação” das emergentes “ciências da informação”.

Esse exercício de reflexão epistemológica, resgatando as matrizes aristotélicas e as atualizações feitas pelos enciclopedistas franceses, dimensionava o contexto peculiar ao momento em que o novo campo científico adquiria legitimidade.

As questões metodológicas estavam implícitas nos meus primeiros trabalhos empíricos, sendo reconhecíveis nas opções feitas durante a iniciação científica (estudo sobre a cobertura policial da imprensa recifense) e a pós-graduação (estudo comparativo da imprensa diária brasileira). Mas elas ganham fôlego no ensaio que escrevi para o simpósio comemorativo dos 20 anos de fundação da Faculdade Cásper Líbero (1967), inventariando e catalogando as metodologias usuais nas pesquisas de comunicação, tanto na academia quanto no mercado.

Desde então, venho questionando tais aspectos da produção cognitiva em nossa área de conhecimento. Basta fazer uma retrospectiva em minha produção bibliográfica para identificar esse tipo de preocupação, que somente agora começa a conquistar interesse coletivo.

IMPASSES TEÓRICOS

Tais influências estão suficientemente descritas em tópicos anteriores. Contudo, vale a pena destacar que venho explorando arqueologicamente os escritos de Aristóteles e de Quintiliano, sem dúvida as fontes seminais da epistemologia da comunicação. No plano metodológico, tenho procurado, através da releitura dos ensaios de Robert Park, identificar de que forma os métodos do conhecimento jornalístico embasaram as matrizes sedimentadas pela pesquisa em ciências sociais, realimentando hoje a metodologia da pesquisa em comunicação.

Minha percepção é a de que, ao gravitar servilmente em torno dos métodos e técnicas da sociologia e disciplinas conexas, as ciências da comunicação na verdade reproduzem procedimentos de segunda mão, geralmente fora do tempo e do espaço. Por isso mesmo, o nosso campo permanece estacionário, pouco avançando metodologicamente.

Os temas/objetos dos meus trabalhos teóricos são amplos, pela contingência de haver desvendado territórios inexplorados, em tempos que demandavam ousadia e persistência. Ao fazer o inventário da pesquisa em comunicação no Brasil (1883-1983) deparei-me com um universo polifacético, confirmando a sensação anotada em 1976, quando tornei público o manancial cognitivo que a comunidade norte-americana das ciências da comunicação havia acumulado sobre os fenômenos brasileiros de comunicação. Em face disso, procurei delinear e refletir sobre as correntes teóricas existentes em nosso país, confrontando-as com as vigentes em países metropolitanos.

A mudança que vem ocorrendo em minha trajetória é a de haver palmilhado inicialmente aquele universo que Wilbur Schramm não hesitaria em denominar “comunicologia”, como o faz hoje, recorrendo a argumentos distintos, o mexicano Jesus Galindo, para focalizar com maior nitidez o segmento que se convencionou chamar de “midiologia”.

A semente midiológica foi plantada por Tobias Peucer (1690), produzindo uma árvore reconhecida por seus pósteros, como é o caso de Otto Groth (início do século XX), mas que somente passou a ser irrigada pelos fundadores da IAMCR (1957), tendo na linha de frente o francês Jacques Kayser e o norte-americano Raymond Nixon. Para melhor compreender o trânsito de um patamar a outro, vale a pena comparar os ensaios contidos em dois livros de minha autoria: “Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos” (1998) e “A esfinge midiática” (2003).

FONTES MARXISTAS

Tem sido rica e diversificada a contribuição do marxismo às ciências da comunicação. Resgatei essa corrente de pensamento quando discuti no meu livro *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970) o conceito marxista de comunicação. Demonstrei ali que a compreensão do fenômeno comunicacional, pela ótica do materialismo dialético, fundamenta-se na relação entre trabalho e linguagem, variável essencial para o entendimento dos atos humanos de interação simbólica.

Consultei, nessa ocasião, as fontes disponíveis, particularmente os escritos seminais de Marx e Engels e as exegeses feitas por marxistas de linhas distintas, desde os russos (Lênin e Afanassiev), até os pensadores ocidentais como Adam Schaff e Leôncio Basbaum.

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

Mas quem aplicou sistematicamente as categorias do marxismo para compreender os fenômenos comunicacionais no Brasil foi o historiador Nelson Werneck Sodré, como evidenciei inicialmente no meu livro *História Social da Imprensa* (2003) e documentei de modo amplo no recente livro *História Política das Ciências da Comunicação* (2008).

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

Trata-se de antologia fundamentada no exaustivo inventário das fontes realizado por Seth Siegelau na série *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, 3 vols., publicado sob a forma de fascículos no período 1972-1979, pelo International Media Research Center, em New York. A obra cobre o período de 1842-1974, com propósito nitidamente *político*, considerando a “importância crescente da comunicação na definição dos conteúdos e nos rumos das lutas futuras”.

Outra fonte de estudos, autodenominada “pensamento crítico” (Miége, 2000), é a *Antologia de Comunicación para el Cambio Social* (La Paz, Plural Editores, 2008), originalmente publicada em inglês, tendo como

organizadores intelectuais o boliviano Alfonso Gomúcio e o dinamarquês Thomas Tufte. Foram selecionados textos oriundos principalmente de países de terceiro mundo, entre eles os brasileiros Paulo Freire, Luiz Beltrão, Augusto Boal, José Marques de Melo e Cícilia Peruzzo.

Da bibliografia brasileira, pode também ser útil a consulta ao livro de Albino Rubim – *Marxismo, Cultura e Intelectuais no Brasil* (Salvador, UFBA, 1995), onde existem referências às questões comunicacionais no bojo das políticas culturais do histórico PCB – Partido Comunista Brasileiro. Igual consulta pode ser feita também a livro de Leandro Konder – *Intelectuais brasileiros e marxismo* (Belo Horizonte, Oficina de Livros, 1991).

CAMINHOS CRUZADOS

Quem me introduziu ao marxismo foi um intelectual alagoano que, muito cedo, integrou a diáspora caeté nos centros metropolitanos deste país. Banido do território alagoano por “delito” ideológico, o jovem Octavio Brandão exerceu uma influência inestimável na juventude alagoana da primeira metade do século XX. Sua ausência involuntária estimulava os jovens de então, criando um fascínio pelo seu estoicismo, um interesse inusitado pelas suas ideias progressistas.

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

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

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

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

Mas me senti gratificado, logo a seguir, com os cursos de introdução ao marxismo ministrados pelo militante Apolônio de Carvalho e pelo teórico Jacob Gorender. Comecei a desvendar melhor o cipoal cognitivo tecido pelos exegetas de Karl Marx.

Mas foi na universidade que avalei melhor os conteúdos – imanente e transcendente – do marxismo. Quem me deu pistas essenciais para suprir minhas lacunas teóricas foi Vamireh Chacon, meu professor de Economia Política na Faculdade de Direito, cujas aulas acompanhei com interesse durante todo o ano de 1961.

As portas da Economia Política me foram abertas por outro alagoano, menos emblemático do que Octávio Brandão, mas figura lendária da Faculdade de Direito da então Universidade do Recife, o cientista social Arnóbio Graça.

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

Não cheguei a assistir suas aulas, mas comprei e li seu manual de Economia Política, a bíblia da matéria, segundo meus colegas de turma. Afastado da cátedra por motivos de saúde, suas aulas vinham sendo ministradas por jovens doutores, recém chegados da Europa, entre eles Germano Coelho e Vamireh Chacon. A leitura do livro eu a fiz na conturbação do primeiro mês de aulas, em certo sentido atormentado pela sua vacilação entre dois humanismos: o marxista e o cristão.

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

Em seu livro de memórias precoces *O poço do passado* (1984), Vamireh destaca essa prática pedagógica de Arnóbio Graça.

“Arnóbio gostava de incentivar o debate. Certa vez, acabou em pugilato, diante dele, impassível e sarcástico. Mas habitualmente afável e acessível.” (p. 130)

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

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

Explicando as circunstâncias, acrescenta:

“Arnóbio fora integralista (...) em companhia de colegas estudantes. Todos jornalistas, alguns depois convertidos às esquerdas.” (p. 134)

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

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

PENSAMENTO CRÍTICO

Nesse período, influenciado pelos economistas da SUDENE e da CEPAL defronto-me com as teorias da dependência, que ofereceram bom pretexto para o estudo da comunicação no contexto socioeconômico, hoje reconhecido como “pensamento crítico”, para a constituição do qual a INTERCOM jogou papel decisivo no Brasil.

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

Mas, o terreno propício para desocultar o lado econômico da comunicação foi indiscutivelmente cultivado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. Nesse ambiente pluralista e solidário vai germinar o grupo que se aglutinaria em torno da “economia política”, gerando a corrente intelectual hoje conhecida pela sigla EPTIC. A *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, publicada semestralmente pela INTERCOM, serviu como câmara de eco para as teses embrionárias de César Bolaño, cuja primeira aparição está consubstanciada no artigo “A questão da publicidade de televisão no Brasil” (Bolaño, 1987), precedente ao já citado artigo sobre o “enfoque neo-shumpeteriano” (1991).

Na sequência, a revista da INTERCOM abriu suas páginas para divulgar as ideias do seu parceiro intelectual Alain Hercovici – “Televisão brasileira e realidade inacabada” (Hercovici, 1992) –, bem como o estudo conjunto destinado a comparar os “agentes comunicacionais da Europa ocidental e da América do Sul” (Bolaño & Hercovici, 1993).

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

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

MATRIZES FORÂNEAS

Esse rico filão de estudo, valorizando a importância da Economia para a compreensão e a gestão dos processos comunicacionais, não configura entretanto um campo acadêmico com a mesma identidade que assume a linha de pesquisa aglutinada sob a liderança de Dallas Smythe no âmbito da International Association for Media and Communication Research

– IAMCR. Esse grupo lança uma plataforma investigativa a partir da crítica de Karl Marx à economia política no capitalismo, formulando hipóteses e desvendando problemas vigentes na promissora indústria de bens simbólicos, cujo traço mais evidente é a face transnacional e cujo enigma desafiador continua a ser a vocação imperialista.

Trata-se de questões exploradas de forma paradigmática pelo belga Armand Mattelart e pelo estadunidense Herbert Schiller, cujas teses chegam cedo ao Brasil, ainda nos anos 70-80, mas que só iriam motivar pesquisas avançadas na década de 90, quando César Bolaño funda o Grupo de Trabalho de Economia Política da Comunicação no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM.

Mesmo ainda não reivindicando o monopólio da “crítica”, a Economia Política da Comunicação começa a despontar entre nós naquele exato momento em que circulou o clássico ensaio de Paul Baran e Paul Sweezy – “Comentários sobre o tema da propaganda” – traduzido e publicado na revista *Comunicações & Problemas* (Recife, ICINFORM). Essas teses seriam retomadas mais tarde e discutidas, na essência, por César Bolaño, em artigo sobre “A questão da publicidade de televisão no Brasil” (Revista Brasileira de Comunicação, 1987).

O campo só germina com a matriz marxista, quando aparece no mercado o livro de Herbert Schiller – *O império norte-americano das comunicações* (Petrópolis, Vozes, 1976), onde o autor deu sequência às ideias esboçadas por Dallas Smythe, com quem conviveu durante breve período na Universidade de Illinois, nos anos 60. Tanto assim que o canadense foi convidado a prefaciar essa obra de estreia do autor, lançada em inglês em 1971 e depois traduzida concomitantemente para o português e o espanhol. Aqui, sua tradução foi feita competentemente por Tereza Lucia Halliday, professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco, recentemente falecida, que se especializou em análise de discurso, naquela época realizando estudos de mestrado na Universidade de Wisconsin.

Marco mais abrangente seria fincado por Armand Mattelart, que começou a despontar no cenário internacional, no início dos anos 70, quando trabalhou em universidades chilenas, na conjuntura marcada pela ascensão e queda de Salvador Allende. Ele adquire notoriedade através do livro escrito em parceria com Ariel Dorfman – *Para ler o Pato Donald* – uma denúncia vibrante do “colonialismo cultural” praticado pelos EUA na América Latina.

Logo após o golpe militar liderado por Pinochet ele retorna à Europa, radicando-se na França. Depois da profícua jornada latino-americana, ainda sob inspiração althusseriana, ele realiza instigante observação sobre a ideologia do imperialismo cultural.

Mas, no retorno ao espaço europeu, desenvolve ampla investigação sobre as entranhas do capitalismo midiático, revisando e aprofundando algumas premissas sugeridas por Smythe e Schiller. Evidências dessa inserção no território da economia política da comunicação, na idade da mundialização, estão contidas nos livros sobre a internacional publicitária, que precedem seu diálogo com a vanguarda acadêmica brasileira, iniciado em 1981, durante o ciclo de estudos sobre “hegemonia e contra-informação”.

AGENTE DA HISTÓRIA

Existe, em minha obra, uma clara preocupação em discutir o sentido do sujeito como agente da História, e não como um mero objeto passivo diante dos meios de comunicação.

Paradoxalmente, essa preocupação emerge da leitura de um filósofo como Ortega y Gasset, considerado apocalíptico por uns e profeta por outros.

Desafiou-me sempre sua ideia de que é impossível compreender o “homem” sem entender sua “circunstância”. Trata-se de discernir o mundo que o homem constrói para viver cotidianamente. Isso corresponde a reconhecer que o homem é sujeito da sua história. Redimensionei posteriormente essa questão através da dialética marxista-leninista, que edifica uma espécie de “homem coletivo”.

Deformado na versão stalinista e em edições sucedâneas, o “homem sem rosto” protagonizava aquele tipo de personagem que tanto amedrontara Gasset e seus contemporâneos. O homem-massa, presa fácil das artimanhas engendradas por “vanguardas” que usurparam sua legítima “representação”.

Recuperando a premissa ortegiana de que o homem faz a sua circunstância, sempre admiti que os meios de comunicação desempenham papel crucial nas sociedades democráticas, atuando como espelhos denotadores do meio ambiente. Mas entendendo que eles funcionam, ao mesmo tempo, como alavancas para gerar ações coletivas.

Sempre que seus produtos tenham sido gerados pela consciência individual, alimentados por conotações institucionais e oxigenados pelos

filtros comunitários que os assimilam ou refugam. É nesse sentido que os agentes populares participam ativamente da comunicação social, ainda que pareçam alienados, dentro dos limites da “consciência possível” em “circunstâncias” determinadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEPEC

1978 – Pesquisa sobre a televisão brasileira, *Revista Abepec*, n. 4, Porto Alegre, p. 4-33.

Academia de Ciências da URSS. Instituto de Economia

1961 – *Manual de Economia Política* (Tradução de Jacob Gorender e Josué Almeida), Rio de Janeiro, Vitória.

Aguiar, Wilson

1967 – *Introdução à TV*, Brasília, Habitast.

1968 – *TV Didática*, Brasília, Ebrasa.

Baran, Paul & Sweezy, Paul

1968 – Comentários sobre o tema da propaganda, *Comunicações & Problemas*, vol. II1, n. 2/3, Recife, ICINFORM, p. 67-76.

Basbaum, Leôncio

1967 – *História e Consciência Social*, São Paulo, Fulgor.

Barbosa Lima Sobrinho

1923 – *O problema da imprensa*, Rio, José Álvaro Editor.

1984 – Imprensa, nacionalismo e desenvolvimento, In: Marques de Melo, org. – *Imprensa & Desenvolvimento*, São Paulo, ECA-USP, p. 181-193.

Beltrão, Luiz

1960 – *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* Rio, Agir.

1965 – Aprendizagem das ciências da comunicação em Pernambuco, *Comunicações e Problemas*, n. 1, ICINFORM, p. 6-8.

1967 – Jornalismo pela Televisão e pelo Rádio, *Revista da Escola de Comunicações Culturais*, 1, São Paulo, ECA-USP, p. 101-120.

1997 – Comunicação no Brasil: as ideias de Luiz Beltrão, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 10, São Bernardo do Campo, UMESP.

Benjamin, Roberto

1968 – A TV Comercial em Pernambuco: estudo da programação, *Revista da Escola de Comunicações Culturais*, 2, São Paulo, ECA-USP, p. 151-166.

1968^a – *Televisão e Política* (tese de live docência), Recife, UFRPE.

Bolaño, César

- 1987 – “A questão da publicidade de televisão no Brasil”, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano X, n. 56, São Paulo, INTERCOM, p. 52-68.
- 1991 – “O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão”, que o autor publicou na *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XIV, n. 65, São Paulo, INTERCOM, p. 38-48.
- 2004 – *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, São Paulo, Hucitec/Polis, 2ª ed., revista.
- 2004 – Apresentação – *Mercado Brasileiro de Televisão*, (São Paulo/Aracaju, Educ / Editora UFS, p. 19-27.
- 2007 – *Desafios da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura frente às inovações tecnológicas e à mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano*, México, VI Congresso da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC).
- 2008 – *Taxonomia das indústrias culturais: notas sobre a gênese e a história da Economia Política da Comunicação e da Cultura*, Brasília (inédito).

Bolaño & Herscovici

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

Bolaño, César, org.

- 1995 – *Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação*, São Paulo, INTERCOM.
- 1997 – *Privatização das Telecomunicações na Europa e na América Latina*, Aracaju, EDUFS.
- 1999 – *Globalização e Regionalização das Comunicações*, São Paulo, EDUC.
- 2007 – *Economia política da internet*, Aracaju, EDUFS.

Bolaño & Mastrini, org.

- 1999 – *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Buenos Aires, Biblos.

Bolaño, Mastrini & Sierra, orgs.

- 2005 – *Economia Política, Comunicación y Conocimiento*, Buenos Aires, La Crujia.

Bosi, Alfredo

- 1987 – *Cultura Brasileira*, São Paulo, Ática.

Brandão, Octavio

2007 – *O Caminho*, 2^a. Ed., Maceió, EDUFAL.

2001 – *Canais e lagoas*, 3^a. Ed., Maceió, EDUFAL.

1956 – *Os intelectuais progressistas*, Rio, Simões.

Brittos, Valério

2004 – Prefácio, In: Bolaños, Cesar – *Mercado Brasileiro de Televisão* (São Paulo/Aracaju, Educ/Editora UFS, p. 9-14

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

Brittos & Bolaños

2005 – *Rede Globo, 40 anos de poder*, São Paulo, Paulus.

Camargo, Vera Regina Toledo de

1998 – *O telejornalismo e o esporte espetáculo* (tese de doutorado), São Bernardo do Campo, UMESP.

Caparelli, Sergio

1982 – *Televisão e capitalismo no Brasil*, Porto Alegre, L&PM.

Chacon, Vamireh

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

Cohn, Gabriel

1971 – *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, Nacional.

Costa Rego, Pedro

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

Campos, Thereza Catharina de Goes

1970 – *A TV nos tornou mais humanos?*, Recife, Editora da UFPE.

Castro, Daniel

2010 – *Reflexões sobre políticas nacionais de comunicação*, Brasília, IPEA.

Casari, Paula

1984 – *Assis Chateaubriand e a implantação da televisão no Brasil* (dissertação de mestrado), São Bernardo do Campo, UMESP.

Dejavite, Flavia

1996 – O relacionamento do Jornalista com a Fonte: Um Jogo de Sedução? (Dissertação de Mestrado), S.B.Campo, UMESP.

Fadul, Anamaria

1993 – *Ficção seriada na TV – as telenovelas latino-americanas*, São Paulo, ECA-USP.

Freire, Paulo

2001 – *Educação e atualidade brasileira*, 3^a. Ed., São Paulo, Cortez.

Garnham, Nicholas

1994 – Contribución a una economía política de la comunicación de masas, In: Moragas, Miquel de – *Sociología de la comunicación de masas – V. I – Escuelas y Autores*, Barcelona, Gustavo Gili, p. 108-140.

Gomuncio, Alfonso & Tufte Thiomas

2008 – *Antología de Comunicación para el cambio social*, La Paz, Plural Editores.

Graça, Arnóbio

1949 – *Princípios de economia política*, São Paulo, Saraiva.

1953 – *Ciências econômicas e sociais*, São Paulo, Saraiva.

Herscovici, Alain

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

Hankard, Maurice

1967 – *La radio y la televisión en Europa*, Ciespal.

Jambeiro, Othon; Bolaño, César e Brittos, Valério

2004 – *Comunicação, Informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder*, Salvador, Edufba

Konder, Leandro

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

Kneip, Valquiria Aparecida

2007 – *História oral do telejornalista brasileiro* (tese de doutorado), São Paulo, ECA-USP.

Kotak, Conrad

1990 – *Prime Time Society*, Belmont, Wadsworth.

Lazarsfeld, Paul

1964 – Os meios de comunicação e a influência pessoal, In: SCHRAMM, Wilbur, ed. – *Panorama da Comunicação Coletiva*, Rio, Fundo de Cultura, p. 87-96.

Leal, Pérciles

1964 – *Iniciação à Televisão*, Belém, Falangola.

Lins da Silva, Carlos Eduardo

1985 – *Muito além do Jardim Botânico – um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*, São Paulo, Summus.

Marques de Melo, José

1970 – *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes.

1971 – *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento*, Petrópolis, Vozes.

1972 – *Reflexões sobre temas de comunicação*, São Paulo, ECA-USP.

- 1981 – *Telemania, anestésico social*, São Paulo, Loyola.
- 1985 a – *Comunicação: Teoria e Política*, São Paulo, Summus.
- 1985 b – *Para uma leitura crítica da comunicação*, São Paulo, Paulinas
- 1988 – *As telenovelas da Globo*, São Paulo, Summus.
- 1992 – Los programas televisados de ficción en el Brasil: el caso de TV Globo, In: LARSEN, Peter, Ed. – *Importación/Exportación: circulación internacional de programas televisados de ficción*, Paris, UNESCO, p. 97-100.
- 1993 – Televisão Brasileira: desenvolvimento e perspectivas, *Comunicação & Sociedade*, n. 19, São Bernardo do Campo, UMESP, p. 79-94.
- 1994 – Religion and Television in Latin America. In: Shayon and Cox Religion television and the information superhighway, 1994, Philadelphia, Waymark Press, p. 27-29.
- 2001 – La Telenovela Brasileña: de Gata Cinicienta a Reina Mediatica. Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, México, v. VII, n. 13, p. 41-74.
- 2003 – O diálogo entre produção e recepção na telenovela brasileira. *Comunicação. Veredas (UNIMAR)*, Marília, v. 01, p. 51-70.
- 2008a – José, org. – *O campo da comunicação no Brasil*, Petrópolis, Vozes.
- 2008b – Telenovela: folletín de mis des/reencuentros. *Chasqui*, v. 104, p. 40-47.
- 2010 – O debate público sobre as políticas nacionais de comunicação, In: CASTRO, Daniel – *Reflexão sobre as políticas nacionais de comunicação*, Brasília, IPEA, p. 37-38.

Marques de Melo, José, org

- 1970 – *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes.
- 1980 – *Comunicação e classes subalternas*, São Paulo, Cortez.
- 1981 – *Populismo e comunicação*, São Paulo, Cortez.
- 1983 – *Teoria e pesquisa em comunicação, panorama latino-americano*, São Paulo, Cortez.
- 1985 – *Para uma leitura crítica da comunicação*, São Paulo, Paulinas.
- 1989 – *Comunicação na América Latina, desenvolvimento e crise*, Campinas, Papyrus.
- 1990 – Communication, development and crisis in Latin América, In: Casimir, Fred, ed. – *Communication in development*, Norwood, Ablex, p.203-226.
- 1998 – *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes.
- 2003a – *História do pensamento comunicacional*, São Paulo, Paulus.
- 2003b – *História social da imprensa*, Porto Alegre, Edipucrs.

2010 – *Os caminhos cruzados da comunicação: Política, Economia e Cultura*, São Paulo, Paulus.

Marques de Melo, José; Fadul & Lins da Silva, orgs.

1979 – *Ideologia e poder no ensino de comunicação*, São Paulo, Cortez & Moraes.

Mattelart, Armand e Michele

2000 – *História das teorias da comunicação*, São Paulo, Loyola.

Mattelart, Armand e Siegelau, Seth

1979 – *Communication and Class Struggle*, New York, IG.

Miége, Bernard

2000 – *O pensamento comunicacional*, Petrópolis, Vozes.

2000 – *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, PUG.

2004 – *L'information – communication, objet de connaissance*, Bruxelles, De Boeck.

Mattelart, Michelle & Armand

1989 – *O Carnaval das Imagens: a ficção na TV*, São Paulo, Brasiliense.

Morales, Ofélia

1999 – *Nos bastidores da telenovela: a produção do noticiário sobre a telenovela "O Rei do Gado" na revista "Contigo!"* (tese de doutorado), São Paulo, ECA-USP.

Nieves, Mario

2002 – *Televisión bajo palabra: poder, pasión e identidad em la TV brasileña*, Monterrey, Universidad Regiomantana.

Nixon, Raymond

1963 – *Periodismo*; Quito, Ciespal.

Ortega & Gasset, José

1946 – *Meditaciones del Quijote, Obras Completas*, v. I, Madrid, Revista del Occidente, p. 322.

Ortiz, Renato

1988 – *Telenovela, história e produção*, São Paulo, Brasiliense.

Reimão, Sandra

2008 – *Televisão*, In: MARQUES DE MELO, José, org. – *O campo da comunicação no Brasil*, Petrópolis, Vozes, p. 137-146.

Rezende, Guilherme

2000 – *Telejornalismo no Brasil*, São Paulo, Summus.

Rubim, Albino

1995 – *Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil*, Salvador, EDUFBA.

Schiller, Herbert

1976 – *O império norte-americano das comunicações*, Petrópolis, Vozes.

Siegelau, Seth

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

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

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

Sampaio, Walter

1971 – *Jornalismo Audiovisual*, Vozes, Petrópolis / São Paulo, EDUSP.

Santana, Jorge José B.

2007 – *A televisão em Pernambuco por quem a viu nascer*, Recife, Facform.

Squirra, Sebastião

1990 – *Aprender Telejornalismo*, São Paulo, Brasiliense

1993 – *Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro*, Petrópolis, Vozes

Straubhaar, Joseph

1991 – Mass communication and the elites, In: Coniff & McCann – *Modern Brazil*, Lincoln, University of Nebraska.

Temer, Ana Carolina

1998 – *Colhendo notícias, plantando imagens*, Fascículos UMESP de Ciências da Comunicação, 4, São Bernardo do Campo, UMESP.

2002 – *Notícias & Serviços nos telejornais da Rede Globo*, Rio, Sotese.

Tufte, Thomas

1995 – Como as telenovelas servem para articular culturas híbridas no Brasil contemporâneo, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XVIII, n. 2, São Paulo, p. 34-53.

Vink, Nico

1988 – *The Telenovela and Emancipation*, Amsterdam, Royal Tropical Institute.