

História dos estudos em Comunicação no Brasil: a institucionalização de um campo interdisciplinar¹

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Richard Romancini*

Este texto é dedicado à memória do Prof. José Marques de Melo, pois demonstra claramente o construtor da história do campo que ele foi.

Pontos de partida: sobre os princípios que regem este capítulo

A ciência é um discurso e uma prática sociais submetida a condições sócio-históricas de produção. O recorte dessas condições, no caso de uma história dos estudos brasileiros de comunicação será feito nas duas dimensões em que podem ser vistas essas condições de produção da ciência da Comunicação, que são a macrodimensão do desenvolvimento do *campo do mercado cultural* no país e a microdimensão do desenvolvimento do *campo da pesquisa de comunicação* no país. Ressaltaremos os fenômenos que mais marcaram os dois campos numa tentativa de desenhar um panorama diacrônico dos estudos de comunicação no Brasil e algumas perspectivas de seu futuro.

O tratamento que daremos aos estudos de comunicação passa necessariamente pela constituição e desenvolvimento históricos da cultura e da comunicação de massas no país. Faz-se necessário então, o esclarecimento dos sentidos envolvidos nessa afirmação.

¹Este artigo é uma versão do capítulo publicado em SIMONSON, Peter; PARK, David (Orgs). *New Histories of Communication Study*. London: Routledge, 2016.

A primeira questão diz respeito à comunicação como um campo de estudos no Brasil que progressivamente se *autonomiza*² dentro do campo maior de conhecimento das Ciências Sociais e Humanas. Isto porque progressivamente vem se demonstrando a especificidade de seu objeto que são os fenômenos comunicacionais na sociedade contemporânea. Enfatizamos que esse processo de autonomização científica do campo da Comunicação é correlato à crescente autonomização da cultura nas sociedades contemporâneas, isto é, a constituição da cultura de massas e de seus principais agentes, os meios de comunicação. É nessa ordem histórica que surgem o ensino e a pesquisa de comunicação. O ensino da comunicação dá origem aos chamados cursos superiores de comunicação que têm por objetivo a formação especializada de profissionais para o mercado cultural, ao mesmo tempo que passam a concentrar a pesquisa acadêmica de comunicação, fato que vem a dar formas de legitimidade ao campo. Nesse processo de autonomização do campo da comunicação interagem, portanto, fatores de diversas ordens que são histórico-sociais (a organização capitalista da cultura), institucionais (os cursos de comunicação) e científica (a especificidade da pesquisa dos fenômenos comunicacionais).

A segunda questão refere-se à pesquisa em comunicação, aos problemas que envolvem a produção de conhecimento nesse campo. Como a comunicação se constitui historicamente como campo autônomo de estudos (o que ocorreu na história de cada ciência), ela não pode ser investigada fora dos marcos do contexto econômico, social, político e cultural que a envolve. As condições de produção dessa pesquisa são as condições concretas impostas pela realidade do país onde ela se faz. Daí podermos apreender toda a concretude da afirmação de que os problemas substantivos que se impõem à pesquisa em determinado país não são os mesmos da pesquisa em outro. A historicidade do objeto da comunicação é um *a priori* essencial para se compreender e avaliar a situação da pesquisa em determinado lugar.

Breve panorama dos estudos históricos sobre o campo no Brasil

Antes de procedermos à análise da construção do campo da Comunicação no Brasil faremos uma breve revisão de literatura sobre a história dos estudos da área. Estes trabalhos constituíram-se muitas vezes em subsídios à discussão aqui presente e são fontes de estudo sobre o tema.

²A autonomização de um campo é sempre relativa seja em face a outros campos seja em face a um campo maior em que está inserido. O caso do campo da comunicação é marcado por uma progressiva interiorização de determinantes para seu funcionamento: imperativos de desenvolvimento, critérios de autoridade e de legitimação internas, diferenciação de áreas e temas de estudo, etc. Sobre o processo de autonomização do campo cultural e do campo científico, ver Bourdieu (1982, 1983).

Em termos de estudos sobre a história do campo comunicacional no Brasil, a literatura recente aponta progressos, embora não se possa dizer que haja uma história consolidada ou que esta esteja integrada a uma análise histórica internacional (ainda a ser construída, como notam Simonson e Peters, 2008) dos estudos de mídia e de comunicação. O fato desta produção sobre a história do campo ser quase exclusivamente publicada em língua portuguesa (ou espanhola) limita muito sua circulação e as possibilidades de intercâmbio com a pesquisa internacional.

No país, aponta-se para uma “franca institucionalização” dos estudos que relacionam a História e a Comunicação em ambas as disciplinas (Ribeiro; Herschamnn, 2008). No entanto, isto vem ocorrendo predominantemente na Comunicação, como atestam os eventos que buscam reconhecer e estabelecer marcos da investigação³, assim como as tentativas de historiografias recentes de maior fôlego, como a realizada por Barbosa e colaboradores (2012).

Embora o conhecimento histórico tenha aumentado, existem muitas lacunas, assim como disputas, o que é natural, pode-se afirmar que o trabalho de sistematização da pesquisa em comunicação no Brasil e na América Latina, de teor mais ou menos histórico, ocorre desde o final da década de 1970, quando já havia certa trajetória nos estudos na região. Tais trabalhos devem-se “principalmente, ao aparecimento de novos espaços de pesquisa da comunicação nas universidades, fortalecidos pelos programas de pós-graduação” (GOBBI, 2006, p.57).

Utilizaremos os pares de categorias relativos às abordagens históricas propostas por Pooley e Park (2013), isto é, histórias centradas no campo/contextuais (*fieldcentric/contextual*) e histórias intelectuais/institucionais (*intellectual/institutional*), para organizar a literatura histórica conforme se segue.

No início, a partir da década de 1970, predomina uma literatura próxima dos gêneros de “avaliação” e “balanço” (Beltrán, 1976, 1981), que utiliza ou desenvolve argumentos históricos, numa perspectiva basicamente *contextual*. São destacadas, sobretudo, as dimensões sociais – estatuto periférico da região, caráter dependente da produção científica, desenvolvimento dos meios de comunicação, etc. – que influenciaram os estudos de comunicação. Esta vertente tem continuidade em relatos de pesquisadores pioneiros, por vezes em tom memorialista, que procuram delimitar momentos e ideias relevantes da pesquisa no Brasil e América Latina (Marques de Melo, 1988, 1999, 2004). Movimento posterior dessa tendência pode ser vista na descrição histórica de *instituições* pioneiras do campo (Marques de Melo; Gobbi, 2000). A literatura sobre o “estado da arte”,

³Um exemplo significativo foi o Ciclo de Conferências “50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”, promovido por duas instituições importantes: a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), órgão do governo paulista de fomento à pesquisa científica, e a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM), a mais tradicional associação de pesquisadores da área. Realizado em 2013, o evento privilegiou o debate de trabalhos nacionais que foram importantes para a constituição da área de estudos no Brasil (no todo, mais de cem livros). Este conjunto de referências foi organizado em períodos, tendo início com os “precursores” do estudo da comunicação, originários das ciências sociais brasileiras, principalmente da sociologia, antropologia, história e estudos literários, a partir da década de 1950. A lista dos trabalhos está disponível em: <<http://www.fapesp.br/7888>>.

produzida na década de 1980 sobre a pesquisa de comunicação em geral ou em determinada área (Marques de Melo, 1983a e 1983b), não tinha originalmente pretensões historiográficas, porém, torna-se útil, aos olhos de hoje, como material para compreender certas dimensões *intelectuais* do campo (temáticas de pesquisa, abordagens, etc.). Fontes importantes para a história do campo são também as compilações bibliográficas sobre a pesquisa brasileira em comunicação (por exemplo, Marques de Melo e Dencker, 1984), realizada com auspício da Intercom.

É menos comum o trabalho histórico sobre o desenvolvimento isolado de teorias e correntes de pensamento (*fieldcentric*), já que no país os elementos contextuais têm influenciado mais fortemente as agendas de pesquisa. No entanto, merecem destaque em termos de síntese e exposição reflexiva, os trabalhos de Rüdiger (1998, 2002) sobre a trajetória da pesquisa brasileira em comunicação em que realiza uma (re)avaliação e analisa as perspectivas relacionadas à pesquisa crítica.

A partir da década de 1990, aparecem obras que combinam elementos contextuais e intelectuais e examinam a pesquisa crítica brasileira e latino-americana, discutindo seu desenvolvimento e limitações (Berger, 1999, 2001; Martino, 2006).

Também focando elementos contextuais e intelectuais, porém de teor comparativo, há os estudos históricos (e de diagnóstico da situação atual) sobre a pesquisa de recepção na América Latina (Jacks, 2011) e os que mapeiam a situação dos programas de pós-graduação na região ibero-americana (América Latina, Espanha e Portugal) como o de Lopes (2012), este de natureza mais institucional.

O trabalho de Barbosa et al. (2012) referido antes, buscou utilizar a proposta de Löblich e Scheu (2011) numa historiografia que articula dimensões intelectuais, autorais, institucionais, disciplinares e contextuais dos estudos de Comunicação no Brasil. Embora o resultado seja desigual, em razão do parcelamento autoral e da inexistência de síntese final, apresenta informações, dados documentais e bibliográficos, além de discussões úteis.

O campo da comunicação no Brasil

Os problemas substantivos que a realidade brasileira tem colocado para a pesquisa em comunicação, porém, como veremos, nem sempre acatados, têm necessariamente passado pelos processos de transformação cultural e política provocados, respectivamente, pelo desenvolvimento de uma moderna e complexa indústria cultural em presença de uma população marcada por fortes níveis de desigualdade e pelos ciclos de regimes autoritários e democráticos e suas relações conflituosas com os meios de comunicação. É dentro dessa dinâmica cultural e

política contraditória em muitos países de capitalismo periférico como o Brasil onde se inserem os estudos de comunicação.

O início do estudo sistemático da comunicação no Brasil é mais resultado da presença do vigoroso fenômeno da comunicação massiva – em contínuo desenvolvimento desde a década de 1950 – do que das descobertas científicas que justificam o aprofundamento de um campo de conhecimento. A instalação das bases industriais do mercado cultural nos anos 60 e sua consolidação nos anos 70 outorgaram aos fenômenos de comunicação massiva a importância que tem se expressado tanto pela atenção crescente da parte de disciplinas afins ou próximas, quanto pela demanda de um mercado ávido por profissionais especializados, fato este que provocará a instalação de cursos universitários de Comunicação. Como em outros países da América Latina, os termos estudos de comunicação e de mídia tendem a ser utilizados praticamente como sinônimos (Moragas, 1981; Waisbord, 2014), o que se relaciona a esta origem histórica.

Numa síntese extrema, é possível dizer que o processo de consolidação da comunicação massiva no país integra a organização capitalista da cultura no Brasil em sua etapa contemporânea que se expressa basicamente na constituição progressiva do campo simbólico como sistema de relações de produção, circulação e consumo de bens culturais. Ocorre o aumento, diferenciação e profissionalização dos produtores e empresários de bens simbólicos; as agências de legitimação e de difusão passam a ser regidas por leis internas ao mercado cultural e assiste-se à constituição de um público cada vez mais extenso e socialmente diversificado. O acesso ao consumo cultural, num primeiro momento restrito apenas a pequenas parcelas da população, generaliza-se rapidamente, incorporando inclusive as classes de baixa renda⁴.

A forma histórica da constituição do mercado cultural no Brasil e também em outros países da América Latina foi marcada pela presença ativa do Estado como instituição organizadora e legitimadora da cultura e pela progressiva hegemonia dos meios de comunicação como agentes produtores de cultura. Tudo isso na presença de uma população marcada por violentos desníveis econômicos e culturais.

Para delinear uma história dos estudos em comunicação no Brasil, partimos, conforme afirmamos, da compreensão dos mesmos como um campo científico em autonomização (Bourdieu, 1976, 1982) dentro do campo maior das ciências sociais e humanas, ao mesmo tempo em que se afirma como de natureza interdisciplinar. É no campo acadêmico que se produz a maior parte da pesquisa brasileira sobre a Comunicação.

Adotamos uma definição formal e abrangente do que seja o campo acadêmico: um conjunto de instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino da comunicação e onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação

⁴O processo básico do desenvolvimento econômico brasileiro desde a década de 1950 tem se caracterizado pela progressiva "substituição de importações" e a expansão do mercado interno de consumo. O último episódio marcante nesse processo foi a emergência de uma "nova classe média", a partir do segundo governo Lula (2006-2010), com a entrada de 30 milhões de pessoas no mercado formal de trabalho e de consumo. Ver: Furtado (1958) e Neri (2010).

universitária das profissões de comunicação. Isso implica dizer que nesse campo podem ser identificados vários subcampos: 1) o científico, que implica em práticas de produção de conhecimento: a pesquisa acadêmica tem a finalidade de produzir conhecimento teórico e aplicado (ciência básica e aplicada) através da construção de objetos, metodologias e teorias; 2) o educativo, que se define por práticas de reprodução desse conhecimento, ou seja, através do ensino universitário de matérias ditas de comunicação; e 3) o profissional, caracterizado por práticas de aplicação do conhecimento e que promove vínculos variados com o mercado de trabalho.

Por isso, pretendemos apresentar uma periodização histórica do desenvolvimento da pesquisa em Comunicação no país, salientando articulações entre os subcampos mencionados. Já afirmamos que esta periodização combina elementos de ordem contextual e institucional, de nível macro e micro, das condições de produção dessa pesquisa, procedendo à conexão entre os estudos de comunicação e a dinâmica sociocultural e política brasileiras e os processos de institucionalização do campo no Brasil, em diálogo com movimentos mais ou menos similares em outros países da América do Sul.

Uma periodização dos estudos de comunicação no Brasil

Numa tentativa de periodizar o desenvolvimento dos estudos em Comunicação no Brasil, associado ao desenvolvimento do mercado de bens culturais, diferenciamos três etapas sócio-históricas que regem as transformações ocorridas na sociedade brasileira: a etapa de desenvolvimento "nacional", a do desenvolvimento "transnacional" e a do desenvolvimento "globalizado".

Comunicação, mercado cultural e processo de desenvolvimento "nacional"

Esta etapa vai dos anos 1930 a meados dos anos 1950 e configura o início das transformações constitutivas da modernização da sociedade brasileira orientada por um modelo de desenvolvimento "autônomo" com base nos processos sócio-econômicos de industrialização e urbanização e nos processos político-culturais de nacionalismo e populismo. A industrialização é comandada por um Estado populista erguido pelos dois governos de Getúlio Vargas (1930-1954) que provoca acelerada urbanização feita à base da entrada de uma massa de trabalhadores de origem rural que migra para as cidades. Além dos aparelhos repressivos, o Estado usará dos incipientes meios de comunicação, principalmente o rádio e o cinema, para exercer intenso controle ideológico. De outro lado, são

esses mesmos meios que vão estar na base da construção de um mercado de bens culturais e de uma sociedade de massas no Brasil. É dentro desse tripé histórico, formado pela entrada em cena das classes populares, a criação de um mercado cultural e a configuração de um Estado populista, que passa a ser projetado o processo de modernização da sociedade brasileira. O papel dos meios de comunicação será tanto o de agente ideológico do populismo, como de estimulador de um mercado de bens culturais, bem como das primeiras ideias de identidade nacional e com elas a construção de um imaginário nacional⁵ e os primeiros ídolos da nação (cantores do rádio e comediantes do cinema).

É dentro desse contexto de modernização da sociedade brasileira, em que se constituem progressivamente uma sociedade de massas e uma cultura de massas no país, onde ocorrem as tentativas iniciais de oferta de cursos superiores voltados ao ensino sobre os meios de comunicação de massa. Havia principalmente entre os profissionais da imprensa a preocupação de fazer que com o jornalista tivesse uma formação específica. Desde a criação da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em 1908, esta entidade defendia a criação de uma escola superior de jornalismo. As condições pareciam mais maduras na década de 1930, quando a recém-criada Universidade do Distrito Federal (UDF), idealizada por Anísio Teixeira, discípulo de Dewey, criou em 1937 um pioneiro curso de jornalismo e publicidade. Este projeto foi, porém, distinto da proposta de teor mais profissionalizante defendida pela ABI, tendo em vista sua constituição como “um curso universitário destinado a refletir sobre o fenômeno ascendente da cultura de massa, correlacionado duas atividades então imbricadas profissionalmente: o jornalismo e a publicidade” (MARQUES DE MELO, 2002, p.84). Até esse momento, os postos profissionais ligados às crescentes atividades dos meios de comunicação, particularmente a imprensa, eram ocupadas principalmente pelos bacharéis em Direito, razão pelo qual o próprio currículo de ensino das ciências jurídicas contemplava disciplinas voltadas a outros campos profissionais (Barbosa 2000).

A UDF era uma universidade autônoma que se caracterizou por um projeto de ensino progressista, agrupando muitos intelectuais de esquerda, o que fez com que fosse hostilizada por grupos conservadores. Foi desativada em 1939, durante o Estado Novo, período ditatorial do governo Vargas (1937-1945) iniciado com um golpe de estado dois anos antes.

Isso não significou, porém, ausência de preocupação do Estado quanto aos meios de comunicação. Ao contrário, desde revolução de 1930, na qual os líderes do movimento perceberam o potencial mobilizador do rádio, verificamos a inserção dos meios de comunicação dentro do projeto nacional populista “como um dos meios para converter as massas em povo e o povo em nação” (LOPES, 1990, p. 20). Nesse sentido, os processos de modernização capitalista (industrialização, urbanização, massificação, etc.), ao rearticular os modos de vida dos

⁵O advento dos meios de comunicação de massa – imprensa, livro, cinema, rádio – constituiu um aspecto fundamental para a compreensão do contexto em que as pessoas começaram a imaginar a comunidade a que pertencem como “nação” (Anderson, 1983).

setores populares, fizeram com que progressivamente os meios de comunicação se tornassem os instrumentos por excelência de interpelação das massas. Daí, a preocupação do Estado com o controle ou direcionamento dos meios de comunicação e a influência por órgãos similares dos regimes fascistas da Europa levaria, durante o período do Estado Novo, a criar um poderoso órgão de propaganda política, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que funcionou de 1939 a 1945.

A própria continuidade da oferta de ensino superior de comunicação teve importante suporte estatal, tendo em vista que, a partir da década de 1940, amparados em dispositivos legais, foram criados cursos de jornalismo em universidades públicas como o da Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro), inaugurado em 1948, e o da Faculdade de Filosofia da Universidade Federal da Bahia, de 1950. Esse movimento de criação de cursos de jornalismo deu-se também em universidades e como oferta de cursos livres, oferecidos por indivíduos, empresas ou associações profissionais, que estão na origem, por exemplo, da Faculdade Cásper Líbero de jornalismo, em 1948 e da Escola Superior de Propaganda e Marketing, em 1951, ambas em São Paulo e existentes até hoje.

A partir desse contexto, nota-se que desde “seus primórdios, as propostas e os cursos de jornalismo oscilavam entre uma perspectiva profissionalizante e outra humanista” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2012, p. 137). Esta última tendia a ser mais influenciada por modelos europeus de ensino, valorizando o desenvolvimento de uma “cultura geral” pelo estudante, com disciplinas como sociologia, história, política, língua e literatura, entre outras, no currículo. A tensão entre o teor acadêmico / profissional ou humanista / instrumental dos estudos universitários de comunicação, de maneira geral, parece ser uma tendência ocorrida em toda a América Latina e que atingirá também os programas de estudo e pesquisas realizadas em níveis superiores, com reflexos até hoje. Martín-Barbero e Rey (2000) discutem esse ponto, falando de similar situação colombiana, e Orozco Gómez (1997) observa que o estudo de comunicação na América Latina reporta-se à criação das escolas de jornalismo, em vários países, tendo sido a primeira fundada em 1935, na cidade de La Plata, Argentina.

A pré-história dos estudos em Comunicação no Brasil situa-se desde essa época⁶, momento em que são publicados alguns poucos trabalhos que discutem questões relacionadas aos meios de comunicação e a relação entre estes e a sociedade ou profissões. Tais são os casos do livro de Barbosa Lima Sobrinho, *O problema da imprensa*, de 1923 e dos trabalhos de teor pedagógico sobre o cinema (Almeida. 1931; Serrano e Venâncio Filho, 1931). Estes dois últimos trabalhos discutem preocupações do Estado com o cinema e a educação (em 1936, foi

⁶Outras periodizações sobre a pesquisa em Comunicação no Brasil, como a de Marques de Melo (2003), remontam o início desta aos trabalhos de historiadores, como Alfredo de Carvalho, que se voltaram à imprensa durante o século XIX. No entanto, malgrado a continuidade de estudos históricos sobre a imprensa brasileira (como os de Rizzini, 1941, e Sodré 1966) a conexão destes estudos com a investigação comunicacional que se dá no marco da modernização social no país e na efetiva institucionalização da pesquisa, é frágil e difícil de ser feita.

criado o Instituto Nacional do Cinema Educativo – INCE, que durou até 1966). Ambos – o jornalismo e o cinema – evidenciam o protagonismo de suas associações nas primitivas discussões sobre a educação de massa.

Como notamos, o campo acadêmico que iria se constituir manteve fraca relação com a literatura apontada até aqui. Mais importantes seriam as pesquisas de mercado realizadas por institutos de verificação de audiência e de consumo de mídia⁷, a partir da década de 1940. Esta conexão reside nas concepções e nos métodos (quantitativos) que residem na emergente perspectiva funcionalista na pesquisa em comunicação, com desdobramentos em etapas posteriores.

Comunicação, mercado cultural e processo de desenvolvimento "transnacional"

Este período teve início com o governo Juscelino Kubitschek (1956-1961) e o marco final se dá com o governo Collor (1990-1992). Sua base foi a ideologia desenvolvimentista. Contudo, a possibilidade de concretização do modelo "nacional" já estava minada pela base devido a que o processo de substituição de importações passou a ser comandado maciçamente por capitais estrangeiros, configurando nitidamente um processo de desenvolvimento "associado" ou "transnacional". O fato desse processo ter-se aprofundado ao longo do regime militar (1964-1985) demonstra claramente a combinação de dois aspectos que comumente são considerados antagônicos: a organização de um Estado autoritário e o crescimento econômico que incorpora uma acelerada expansão da indústria cultural no país. O Estado toma a seu encargo a implantação de toda a infraestrutura tecnológica do sistema de telecomunicações (sistema de satélite, empresas como a Telebrás e Embratel) e o sistema básico de micro-ondas (que possibilitou as redes nacionais, a tevê em cores, em 1972), cujo resultado foi a consolidação de um mercado de cultura nacional. Daí em diante, o sistema de meios passa a ser um espaço para além das disputas mercantis para erigir-se em espaço de lutas hegemônicas, de conflitos com a política de controle e censura dos militares e, posteriormente, de desafios trazidos pela redemocratização do país.

A realidade do mercado cultural nesta segunda fase se caracteriza fundamentalmente pela consolidação de suas bases industriais e pela reorganização da política cultural do Estado. Os contrastes com a fase anterior demonstram o avanço das formas "românticas", espontâneas e amadoras para atividades marcadas pela eficiência e pelo padrão técnico elevado alcançado ao longo dos anos setenta e oitenta, e que têm nas Organizações Globo o seu representante máximo.

⁷O Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) foi criado em 1942 e a Marplan (desde 1997, Ipsos Marplan, instituto de pesquisa de hábitos de consumo).

Por outro lado, a divisão entre o âmbito da atuação do Estado e da empresa privada se aprofunda, levando para outro patamar a compatibilidade do dualismo com comercial/não-comercial dentro do mercado cultural. A atuação direta do Estado na cultura "artística" cresce sobremaneira, com a criação de uma série de órgãos, como o SNT no teatro; a Embrafilme no cinema, o INL no livro, a Embratur no turismo, além das funções de concessionário das emissoras de televisão e de rádio, de incentivador cultural (leis de incentivo fiscal) e de poderoso anunciante nos veículos de massa.

Tal contexto social teve forte impacto em todos os subcampos da comunicação: o ensino de comunicação apresentou forte crescimento e consolidação dos cursos de graduação, as profissões cresceram e se diversificaram e na pesquisa iniciou-se um progressivo processo de institucionalização acadêmica. O funcionamento da indústria cultural concentrou-se no eixo Rio de Janeiro-São Paulo, com a oligopolização do setor por grandes grupos de mídia (Globo, Abril, SBT, Folha) aí localizados.

A par dessa expansão ocorreu uma característica surpreendente, que foi contra os próprios prognósticos feitos pelos intelectuais e pesquisadores nos anos setenta sobre o inevitável destino de crescente importador cultural que estaria reservado ao Brasil. Em menos de vinte anos, desde meados dos anos oitenta a produção de bens culturais veio apresentando um crescente índice de nacionalização, entendendo-se com isso uma grande expansão da produção e do consumo cultural internos, além de o país iniciar-se como exportador de alguns produtos como telenovelas e discos (fenômeno que também ocorreu em outros países da América Latina, cf. Fox, 1997).

As Escolas de Comunicação

Ao longo da década de 1960 são criadas as "escolas de comunicação" no Brasil, abrigando cursos de graduação com habilitações profissionais do campo (jornalismo, publicidade, relações públicas, cinema e rádio/televisão). Essa tendência generalizada do ensino e dos estudos profissionais numa única área ocorreu em toda a América Latina, no mesmo período, e pode ser associada, por sua inserção universitária, ao fortalecimento da ideia de "ciências da comunicação". No caso brasileiro, a criação destas escolas ocorre pioneiramente em instituições públicas, como a Universidade de Brasília (1964), Universidade de São Paulo e Universidade Federal do Rio de Janeiro (1966), mas também em instituições privadas. Houve na organização curricular dos cursos de comunicação uma influência do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), importante órgão na história da Comunicação na América Latina, criado em 1959, em Quito, pela

Organização das Nações Unidas (ONU) e pelo governo equatoriano. Os cursos multiplicam-se rapidamente: são 23 na década de 1960, e 58 na década posterior (Marques e Melo 2003, 165). O aumento da oferta relaciona-se ao desenvolvimento econômico e do mercado cultural, assim como do ensino superior como um todo. No entanto, como bem notam Ribeiro e Sacramento (2012, p.139):

O surgimento desses primeiros cursos de comunicação, entretanto, por si só, não fez existir um campo científico institucionalizado, uma vez que a produção teórica vinha, em geral, a reboque da dimensão profissionalizante (FRANÇA, 2001, p. 48). A precedência do ensino em relação à pesquisa caracterizou não só a comunicação, mas o modo como as ciências sociais, em geral, se institucionalizaram no Brasil (WERNECK VIANNA; CARVALHO, 1995).

A despeito do teor instrumental dos cursos de comunicação, havia necessidade de bibliografias e, particularmente a partir do final da década de 1960 e na década seguinte, são publicados trabalhos importantes, do ponto de vista das demarcações intelectuais que a área buscava estabelecer. São obras de autores nacionais, de jovens professores que se dedicavam à Comunicação já nos espaços institucionalizados próprios do campo (os cursos de graduação), de estudiosos de outras áreas, como a Sociologia ou Literatura, assim como de um número expressivo de traduções.

Para dar dois exemplos marcantes, no primeiro caso, dois professores e pesquisadores até hoje produtivos, Marques de Melo (1970) e Sodré (1972) publicam. O primeiro autor, ligado a instituições do Estado de São Paulo, faz nas obras do início da década de 1970 a exposição do "referencial teórico em que se projetaria boa parte da pesquisa acadêmica mais convencional de então: o funcionalismo sistêmico, matizado com materiais historiográficos" (RÜDIGER, 2002, p. 65). Sodré, radicado no Rio de Janeiro, dialoga com autores europeus como Barthes e Morin, para discutir a emergência do que chama de "comunicação do grotesco", derivada do desenvolvimento da mídia na sociedade brasileira.

No âmbito das traduções, são introduzidos no Brasil tanto os autores da América do Norte, como Schramm (*Comunicação de massa e desenvolvimento*, 1970), DeFleur (*Teorias da comunicação de massa*, 1970) e McLuhan (*Os meios de comunicação de massa como extensão do homem*, 1972), quanto a pesquisa europeia, caso de Morin (*Cultura de massa no século XX*, 1967), Eco (*Apocalípticos e integrados*, 1972), Barthes (*Mitologias*, 1972) e Bourdieu (*A economia das trocas simbólicas*, 1974). Também ocorre a tradução de alguns autores latino-americanos, como Eliseo Verón (*Ideologia, estrutura e comunicação*, 1970) e Antonio Pasquali (*Sociologia e Comunicação*, 1973).

Bastante influentes, do ponto de vista não apenas da contribuição para o ensino nesse momento, mas também por evidenciarem as grandes linhas de força na conformação dos estudos e da pesquisa, são as coletâneas organizadas por Luiz Costa Lima (1970) e por Gabriel Cohn (1973a), além de uma terceira que reúne artigos da revista francesa *Communications* (Barthes et al, 1971)⁸ com autores como Greimas, Metz, Eco e Barthes. As duas primeiras têm a similaridade de voltarem-se ao ensino superior, reunindo tanto autores da “mass communication research” (por exemplo, Lasswell, Katz, na segunda, e Lazarsfeld e Merton, em ambas) quanto da teoria crítica europeia (Habermas, na coletânea de Cohn; Adorno, Horkheimer, em ambas; e Marcuse e Benjamin, em Costa Lima).

Gabriel Cohn, da Universidade de São Paulo, foi introdutor da teoria crítica no Brasil, e publicara no mesmo ano um livro sobre os conceitos de público e massa (Cohn 1973b), resultado de sua tese de doutorado, no qual buscou analisar sistematicamente a ideologia da comunicação de massa, numa vertente que teve desenvolvimento posterior numa série de investigações de outros autores, principalmente em São Paulo. A ideia de contribuir para esclarecer o campo teórico dos estudos da comunicação de massa também aparece na coletânea, na qual Cohn faz uma apresentação analítica. Embora provindo da Sociologia, o autor defendia a “especificidade intrínseca da *comunicação*” (COHN, 1971, p. 14), cuja abordagem seria até então insuficiente, e explicada pela carência de um quadro teórico próprio. Já Costa Lima vem da área de Literatura (o que pode justificar a inclusão de outros autores em sua coletânea, como Julia Kristeva), do Rio Janeiro, e embora ele mesmo não tenha continuado a trabalhar em temas da comunicação, seu livro mostra o interesse os estudiosos da área (ou, de maneira geral, dos interessados em questões da semiologia e estudos da linguagem). Este aspecto é representado também pela publicação da coletânea de *Communications* e pelo trabalho do poeta e pesquisador Décio Pignatari (1970).

⁸É interessante notar, evidenciando o duradouro papel formativo destes livros, que a coletânea de Lima teve uma oitava edição, em 2011, enquanto a obra de Cohn atingiu, até 1987, cinco edições (e o autor trabalha numa nova edição). Já a coletânea da revista *Communications* estava na oitava edição em 2013.



Figura 1. Livros de comunicação influentes organizados por Gabriel Cohn (1973), Luiz Costa Lima (1970) e o número temático da revista Communications (1971)

As Correntes Teóricas

Predominante durante a década de 1960, o funcionalismo foi criticado e passou a conviver com a tradição da teoria crítica ao longo dos anos 70. Como já observado anteriormente, aqui se cruzam elementos da história contextual – a ditadura militar iniciada no Brasil a partir de 1964 (antecedendo outras rupturas democráticas na região: Chile 1973, Uruguai 1973, Argentina 1976, Bolívia 1980) e o contexto da guerra fria, que antagonizaram os intelectuais de esquerda e os governos dos Estados Unidos – e da história intelectual:

O poder da penetração dessa teoria na comunidade intelectual brasileira estaria na proporção direta em que fornece uma chave de leitura para as mudanças que ocorrem na esfera cultural do país, promovidas por um regime ditatorial. A combinação da ideologia repressiva com o avanço da modernização da esfera cultural, ao mesmo tempo que tipifica a realidade da Indústria Cultural no Brasil, justifica as razões por que a teoria da Escola de Frankfurt “pegou” entre nós. (LOPES, 1990, p. 50–51)

A partir do combate ao funcionalismo, que ao longo das décadas de 1960 e 1970 foi representado por investigações comparativas e descritivas sobre a “difusão de inovações” (numa linha de pesquisa em “comunicação e desenvolvimento”) e sobre as políticas nacionais e internacionais de comunicação (numa linha de “comunicação e política”), desenvolveram-se outras perspectivas. Este é o caso da proposta de “comunicação

dialógica" de Paulo Freire (1971), que faz uma crítica ao difusionismo e ao modelo de comunicação como extensão (cf. Beltrán, 1979; Lima; Christians, 1979). A perspectiva extensionista, dentro da linha de "comunicação e desenvolvimento", foi divulgada no Brasil e demais países da América Latina desde o final da década de 1960, pelo Ciespal e pela Unesco. A obra de Freire⁹ influenciou vários autores da região, no próprio âmbito da discussão da comunicação para o desenvolvimento, caso do paraguaio Juan Diaz Bordenave, ou de maneira mais ampla, como Martin-Barbero (1999).

Ao delinear uma história da "comunicação participativa" na América Latina, que marcaria distintivamente a região, Barranquero (2011) também destaca Freire, ao lado de outros pesquisadores como o venezuelano Antonio Pasquali, o uruguaio Mario Kaplún e o boliviano Luis Ramiro Beltrán, assim como experiências práticas da região, como a das rádios dos trabalhadores de minas na Bolívia. Esta tradição latino-americana tem desdobramentos nas propostas de "comunicação alternativa", "comunicação popular" e "comunicação comunitária", com reflexos, também no Brasil, não somente acadêmicos, pois se volta à participação social e aos movimentos populares. Exemplos disso são as ações de "educação para os meios" ou "leitura crítica", como a desenvolvida, a partir da década de 1970, pela União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Tratava-se de um programa de formação para agentes pastorais, religiosos, estudantes secundaristas, entre outros grupos.

Vale destacar a convergência desta proposta a Teologia da Libertação, bastante influente em toda a América Latina na época – teólogos como Leonardo Boff e Hugo Assmann chegaram a participar de encontros do programa da UCBC. Houve ainda o diálogo desta vertente com a pesquisa de recepção dos anos 1980. Segundo Paiva e Gabbay, iniciativas similares ocorreram em outros países da América Latina, na mesma época, realizadas por instituições como o Ceneca (Centro de Indagação, Expressão Cultural e Artística) do Chile, o Cinep (Centro de Investigação e Educação Popular), na Colômbia, e o Ciespal, tendo em vista produzir "um ambiente em que a discussão centrada na preocupação em analisar criticamente a produção midiática e, conseqüentemente, a capacitação para a produção de mensagens para os diferentes meios de comunicação fossem possíveis" (2010, p. 95). Sobre o tema da "comunicação alternativa" no Brasil e na América Latina, Festa e Lins da Silva (1986) e Huesca e Dervin (1994) apresentam discussões.

Em outras perspectivas também começaram a ocorrer convergências de interesses entre os pesquisadores latino-americanos, em parte devido aos contextos sociais marcados pela situação similar de subdesenvolvimento dos países, dos vários regimes autoritários na região e no crescimento de indústrias culturais, com forte presença de conteúdos dos países desenvolvidos. Assim, a preocupação com o "imperialismo cultural" gera estudos sobre os fluxos de comunicação, e a teoria da dependência produzida na região, os trabalhos da Escola de Frankfurt e de

⁹Exemplificando as vicissitudes das ideias progressistas na América do Sul da época, Paulo Freire escreveu e publicou, em 1969, o livro em questão no Chile, editado no Brasil somente dois anos depois. Ele estava exilado no Chile desde 1964 e, com o golpe de Pinochet, em 1973, mudou-se para a Suíça.

outros autores de tradição marxista (como Althusser) fornecem embasamento conceitual aos trabalhos críticos, efetuados por vezes a partir de metodologias sócio-semiológicas. Conforme Armand Mattelart (que trabalhou no Chile e publicou, com Ariel Dorfman, em 1971, o representativo livro do período *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*), ao final dos anos 1970, "os pesquisadores latino-americanos assumiram um papel determinante no questionamento do princípio do *free flow of information* e do projeto de uma Nova Ordem mundial da Informação e da Comunicação" (1999, p.16).

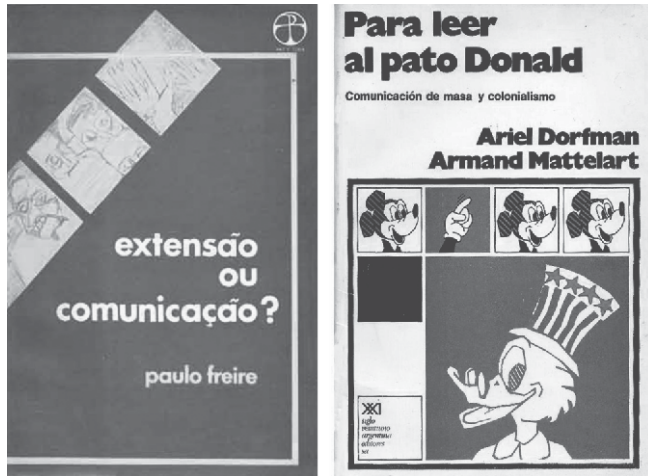


Figura 2. Livros de Paulo Freire sobre comunicação alternativa (1971) e de Ariel Dorfman e Armand Mattelart sobre imperialismo cultural (1971)

O próprio Ciespal, a partir de um seminário ocorrido na Costa Rica, em 1973, redireciona sua perspectiva, a partir do embate ocorrido entre os pesquisadores da região de vertente crítica, que passam a substituir os professores estrangeiros. Centros de pesquisa de outros países, como o Centro de Estudos da Realidade Nacional (Ceren), fundado em 1970, no Chile, o Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), criado em 1973, na Venezuela, e o Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (Ilet), fundado em 1976, no México (e que acolheu alguns pesquisadores latino-americanos, principalmente do Chile, após o golpe militar neste país), também foram divulgadores das posturas críticas.

O Papel das Associações Científicas

No Brasil, a criação de uma série de instituições que organizam os pesquisadores favoreceu o diálogo nacional e inter-regional entre eles. Em 1972, foi criada a primeira entidade acadêmico-científica da área no Brasil, a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (Abepec) que durou até 1985. A dissolução da entidade é sintoma da dificuldade de convivência e de diálogo entre as tendências de pesquisa da época (Rüdiger, 2002).

Embora a Abepec tenha se dedicado mais a questões curriculares do que ao campo da pesquisa, ela participou junto com entidades congêneres de três outros países (Venezuela, Colômbia e México) da fundação da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (Alaic), em 1978, em Caracas, Venezuela. Três anos depois é criada a Federación de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), na Colômbia, contando com auxílio econômico da Fundação Konrad Adenauer, da Alemanha, interessada em promover a democracia cristã e o ensino da comunicação na região. Esse auxílio favoreceu a entidade que cresceu continuamente, ao contrário da Alaic que seria reestruturada no Brasil em 1989. Esta entidade adquiriu maior dinamismo, realizando encontros bienais, desde 1992, a despeito da crítica de Islas e Arribas (2010) de que o número de acadêmicos e pesquisadores que participam da entidade ainda é baixo e que ela possui uma incipiente democracia interna.

O processo de rearticulação da Alaic teve importante participação da segunda entidade científica dos pesquisadores brasileiros, que conseguiu agregar de modo mais efetivo os pesquisadores, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), criada em 1977 e existente até hoje. A Intercom realiza congresso anual e promove diferentes iniciativas voltadas ao fortalecimento do campo, como publicações, cursos, diálogo com governo e sociedade. Outra entidade nacional importante é a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós, criada em 1990 e que atua nessa outra instância de institucionalização do campo – os estudos pós-graduados – que são criados a partir da década de 1970, quando surgem cinco cursos de pós-graduação em Comunicação, três no Estado de São Paulo, um no Rio de Janeiro e outro em Brasília. Os mestrados pioneiros surgiram em 1972, na Universidade Federal do Rio de Janeiro e Universidade de São Paulo e os doutorados começam no início dos anos 1980. A pós-graduação brasileira apresentou um aumento expressivo de programas na última década, como se discutirá no próximo tópico.

Os Centros de Pesquisa

As condições institucionais de produção de toda pesquisa, e de comunicação também, são formadas por um conjunto de fatores que incidem na realidade mais próxima à prática dessa pesquisa. São fatores que vão desde o

nível macrossocial da questão da dependência científica e das relações entre Ciência, Sociedade e Estado no Brasil, passam pelo nível das relações da pesquisa com a universidade e desembocam em determinados programas de pós-graduação em comunicação. No Brasil são esses programas que passam a concentrar a investigação científica de Comunicação, que, mais do que nunca, caracteriza-se como *pesquisa acadêmica*. Como afirmamos atrás, os cursos universitários de comunicação surgem no bojo do processo de expansão do mercado cultural brasileiro para atender à demanda de qualificação especializada de profissionais, ao mesmo tempo em que se constituem em centros de pesquisa da área.

Entretanto, como complementa Fausto Neto (1995), a pesquisa de comunicação no país é fundamentalmente *acadêmica e pública*, o que possivelmente se deve ao fato das universidades públicas vincularem com mais afinco e continuidade a pesquisa ao processo de capacitação de seus professores.

Em 2013 contavam-se 63 cursos de pós-graduação no país, sendo 43 de mestrado e 20 de doutorado, reconhecidos pelo órgão federal que credencia, coordena e avalia a pós-avaliação no Brasil, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), criada em 1951. Junto atua o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), criado no mesmo ano, que é a principal entidade promotora da pesquisa científica no país. Cabe notar que o crescimento das pós-graduações, inclusive em Comunicação, é geral no contexto da América Latina¹⁰. No entanto, o Brasil singulariza-se por maior acúmulo de experiência nesse setor, fruto de relativa continuidade das políticas de educação, ciência e tecnologia desde a reforma universitária ocorrida em 1969. No ano de 2012, os programas de pós-graduação em comunicação titularam 608 mestres e 147 doutores e contavam com um quadro docente formado por 524 professores¹¹.

Para entender a história de expansão desses cursos é possível recorrer a Bourdieu (1976), que nota que os estados iniciais de um campo científico são sempre marcados por poucos recursos científicos acumulados e por um grau de heterogeneidade mais elevado entre os seus agentes; daí a concorrência científica ser mais reduzida. A evolução de um campo científico se dá então no sentido *da indiferenciação para a diferenciação interna*, sendo que este movimento é correlato ao aumento da concorrência científica. Nesse sentido, no caso brasileiro:

A expansão da pós-graduação em Comunicação foi marcada por dois movimentos, um no sentido de sua *regionalização*, e outro no sentido de uma *delimitação temática* mais rigorosa, o que assinala uma organização dos programas com perfis de estudo mais específicos, no caminho de uma maior diferenciação interna, como apontada por Bourdieu. (LOPES, 2006, p.29).

¹⁰Conforme análises em Lopes (2012).

¹¹Dados da CAPES, disponíveis em <<http://geocapes.capes.gov.br>>.

O processo de construção da identidade dos programas foi moroso e complexo. Na década de 1970, em virtude da juventude dos programas e de seu número reduzido, a oferta de áreas era superdimensionada, levando a situações de "um professor uma linha de pesquisa". Havia confusão entre os conceitos de "programa" (equivalente ao curso como um todo), de "área de pesquisa" (área de concentração de pesquisa no curso) e de "linha de pesquisa" (temática de estudo mais específica dentro da área), o que expressava a indefinição de rumos. Na década de 1980, quando se iniciaram os doutorados, a situação pouco se alterou. A estruturação dos doutorados foi desenhada como um prolongamento dos mestrados, mantendo-se as mesmas áreas e linhas que funcionavam neste nível. Somente no final dos anos 1990 é que começam a aparecer tentativas de especificação do doutorado, com programas que oferecem áreas e linhas de pesquisa exclusivas neste nível de pós-graduação.

De todo modo, é na década de 1990, com o surgimento de novos programas, que se torna visível caráter identitário da pós-graduação de comunicação, no sentido dos programas dotarem-se de maior cultura científica. É evidente que isso só pode ser exercitado na medida em que cresce a competência e os recursos científicos do campo, acompanhados pelo aumento da competição científica, no dizer de Bourdieu.

Atualmente, as áreas temáticas (chamadas áreas de concentração) nos Programas de pós-graduação de Comunicação encontram-se firmadas em torno de uma tríade: *comunicação*, *cultura* e *tecnologia*. As linhas de pesquisa que mais se consolidam podem ser identificadas em alguns blocos. No primeiro bloco, temos: *teoria*, *tecnologias* e *discurso*; no segundo: *cultura* e *mídias*; e no terceiro: *organizações* e *política*.

Os periódicos científicos

A partir do final da década de 1970 e início da década posterior são criados no Brasil periódicos científicos de teor mais maduro – alguns que perduram até hoje, como a *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* (editado pela Intercom) e *Comunicação & Sociedade* (do programa de pós-graduação da Universidade Metodista de São Paulo). Houve também a divulgação da pesquisa latino-americana através de revistas como *Chasqui* (editada pelo Ciespal) e *Diá-logos de la Comunicación* (da Felafacs). Estas revistas, assim como os encontros das associações científicas e a circulação de livros, favoreceram a criação de um ambiente intelectual com certa articulação no campo comunicacional nos países da região.

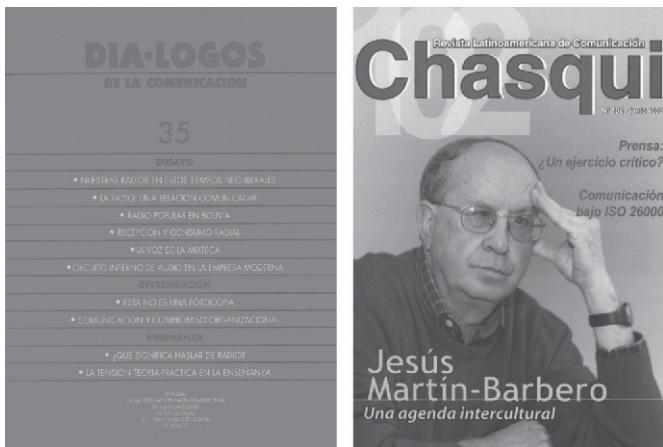


Figura 3. Periódicos de comunicação latino-americanos proeminentes: *Dia-logos de la Comunicación* e *Chasqui*



Figura 4. Periódicos de comunicação brasileiros influentes: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom) e *MATRIZES*¹²

¹²A consolidação do sistema de pós-graduação no Brasil permitiu que muitas revistas acadêmicas proliferassem, publicadas quase inteiramente pelos programas. Entre as melhores avaliadas estão: *MATRIZES*, publicada pelo Programa em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, criada em 2007; *Galaxia*, publicada pelo Programa em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, fundada em 2001; *Famecos*, do Programa de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, publicada desde 1994 e *E-Compós*, revista da associação Compós, fundada em 2004.

O principal esforço coletivo reuniu pesquisadores de diversos países latino-americanos e recaiu sobre uma reavaliação da tradição da pesquisa crítica, feita principalmente através da perspectiva gramsciana sobre a cultura popular moderna, o que permitiu pensar as formas de resistência ao poder dos meios de comunicação de massa. O movimento relaciona-se à percepção do esgotamento da pesquisa de teor denunciante, ancorada principalmente nos autores frankfurtianos. A partir do final dos anos 1970, parte da pesquisa no Brasil, em consonância com o que se fazia em outros países da América Latina, busca escapar da "razão dualista" (Martín Barbero, 1987) que opunha o massivo e o popular, a produção e o consumo da comunicação. Delineiam-se, nesse momento, e ao longo da década de 1980 (em paralelo, no caso brasileiro, ao processo de redemocratização do país) os parâmetros para os estudos de recepção, que elaboram uma construção teórica que desmonta as teses de passividade e manipulação dos receptores, e cuja originalidade foi reconhecida internacionalmente (Moragas, 1981; Capriles, 1982). "A perspectiva que vai, então, se formando entre os pesquisadores é: a comunicação deve ser tratada no cenário da *cultura* que na América Latina encontra eco na sua formação *híbrida*, que propicia múltiplas *mediações* na *recepção* das mensagens" (BERGER, 2001, p. 268). Os conceitos destacados dão o tom das preocupações que atravessariam a pesquisa da região na década posterior. No contexto brasileiro, as metodologias qualitativas ganham reforço e há uma diversificação das temáticas: recepção, comunicação e cultura popular, tecnologias de comunicação, linguagem dos meios, comunicação e educação, ensino de comunicação.

Comunicação, mercado cultural e processo de "globalização"

Esta fase tem seu marco no início da década de 1990 com o neoliberalismo ascendente implantado pelo governo de Fernando Collor de Melo (1990 - 1992) e seguido pelo de Fernando Henrique Cardoso (1995 -2002). Sucederam-se políticas de privatização e de desregulamentação da economia como um todo. Em pouco tempo, o Estado deixou de figurar como agente de política cultural e a esfera de cultura pública sofreu forte desarticulação. Ainda que esse rumo tenha sido parcialmente alterado a partir do governo de esquerda de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010), nas políticas de comunicação ocorreu uma espécie de pacto entre o Estado e a iniciativa privada em novo ordenamento da indústria cultural brasileira. Por isso, não ocorreu desconcentração na propriedade nacional dos meios de comunicação, havendo entrada de novos *players* em novos setores das telecomunicações e da radiodifusão (televisão digital, telefonia celular, televisão por assinatura, *vídeo on demand*, serviços de internet, etc.). Diferentemente de outros países da América do Sul, como a Venezuela, no qual o Estado aumentou

a presença no setor de comunicação, ou a Argentina, que promulgou uma "Ley de Medios" (2009) visando desconcentrar o setor, não tem havido no Brasil iniciativas polêmicas como essas, embora sejam pautas do governo de Dilma Rousseff (2011) leis de democratização das comunicações e de inclusão digital.

Outra característica do processo atual de globalização é certa "desnacionalização" da produção, revertendo o processo da etapa anterior. Trata-se de novas leis que permitem o aumento da propriedade estrangeira nas novas mídias eletrônicas (telefonia móvel, canais pagos, internet) promovendo fusões, joint ventures e outros tipos de parcerias, o que se projeta no aumento das remessas de lucro para o exterior. No entanto, por outro lado, o Ministério das Comunicações passa a recuperar importância nesse novo cenário comunicacional mediando embates frente aos processos de regulamentação dos meios. São os casos do novo marco civil da Internet e da nova lei de TV paga¹³.

Claramente todos esses cenários em mudança passam a desafiar a pesquisa de Comunicação impondo revisões e elaboração de novas categorias de análise. A globalização é um novo paradigma histórico e epistemológico para as ciências sociais (Ianni 1994); é uma nova dimensão da cultura que complementa, combina e altera a cultura nacional e a local (Ortiz, 1994). Sobretudo, ela traz questionamentos para velhas certezas acerca das diversidades e heterogeneidades de que é feita a cultura, de aspetos relegados como as sensibilidades e as sociabilidades, as hibridizações e as mediações que perpassam os processos de comunicação e de cultura. E tudo isso circundado e embebido na natureza densa e multidimensional das tradições, memórias e identidades, da história viva de cada grupo, classe, etnia deste país marcado por desigualdades e dominações seculares, em que a tardo-modernidade se apresenta mesclada de anacronismos e contemporaneidades.

Conclusões e algumas perspectivas de futuro do campo

Como vimos, para nós, estudiosos da comunicação, este é um momento histórico particular porque vemos colocada a comunicação no centro da sociedade contemporânea e no seu próprio sentido. É nesse momento que residem as explicações mais plausíveis para a "explosão da comunicação", a explosão dos cursos de comunicação e, principalmente a explosão da importância dos estudos de comunicação. Estamos longe das enganosas explicações sobre as fantasias midiáticas dos jovens que fariam crescer vorazmente as faculdades de comunicação ou sobre a inespecificidade dos estudos de comunicação.

¹³Para as recentes políticas de comunicação do Brasil e da América Latina, ver os Anuários do OBITEL (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva) em: <http://obitel.net>

É no entroncamento dos processos de institucionalização acelerada dos estudos de comunicação com o crescimento da insatisfação generalizada com a sua disciplinarização no contexto das ciências sociais (Wallerstein) e com a sociedade da comunicação (Vattimo), que se pode identificar a *institucionalização interdisciplinar dos estudos de comunicação*. Característica que a torna um "paradoxo" em face à aceleração do seu processo de institucionalização como interdisciplina, pelo menos desde a última década.

A preocupação com esse mesmo paradoxo é que leva Capparelli e Stumpf a afirmarem:

a Comunicação, na sua dimensão institucional, procura se organizar de forma autônoma, mas não em termos epistemológicos. Não que os objetos de estudo tivessem se tornado particulares ou que os pressupostos teóricos fossem próprios. Na verdade, a massa crítica sobre o fenômeno criou nichos de pesquisadores situados, em termos profissionais ou burocráticos, nos chamados departamentos de comunicação. Em outras palavras, o campo institucional procurou se especializar. Um paradoxo: procurou se especializar institucionalmente no momento em que a fragmentação aumenta em termos de interfaces e de perspectivas teóricas. (1998, p.9)

Não obstante a correção do diagnóstico, nosso esforço foi demonstrar que esse paradoxo é aparente, sustentando que o caso dos estudos de comunicação no Brasil em que a sua institucionalização como campo acadêmico é concomitante a uma progressiva afirmação de seu estatuto *transdisciplinar*. Em outros termos, é um caso de luta para afirmar institucionalmente um *campo acadêmico transdisciplinar* e afirmar o estatuto *transdisciplinar* da comunicação. Este estatuto, entretanto, não constitui um caso isolado, mas antes, deve ser entendido como fazendo parte de movimento contemporâneo de reconstrução histórica das ciências sociais.

Duas observações decorrem dessa posição. A primeira é que a reestruturação transdisciplinar das ciências sociais não implica em dissolver a formação de pesquisadores nem a prática científica em generalidades, mas sim em articular nela a experiência e os recursos de diversos ramos e enfoques em uma síntese que, na proliferação de objetos de estudo abordados, conflua enquanto lógica científica para a produção de conhecimento pertinente e consistente, e que responda às necessidades sociais, mais além das "grupais", que em todo caso se somariam em uma identidade maior para assim fortalecer-se. A segunda observação é que a transdisciplinarização assim entendida não supõe uma arbitrária e radical dissolução da estrutura disciplinar no institucional, e muito menos no cognoscitivo ou enquanto processo de formação. É precisamente através da conquista do rigor teórico-metodológico e da ampliação e consolidação do domínio dos saberes até agora fragmentados em disciplinas que nós, pesquisadores da comunicação, poderemos avançar, a partir do espaço acadêmico, juntamente com o nosso tempo sociocultural.

Existe a preocupação de que a pesquisa brasileira em comunicação dialogue mais com a pesquisa internacional, não só latino-americana, e os pesquisadores locais têm sido estimulados a participar de projetos e redes de pesquisa internacionais e a publicar em periódicos de língua inglesa – observa-se, aliás, que uma tendência atual é a publicação de revistas científicas brasileiras bilíngues. Porém, há também a preocupação de que atividades deste tipo ocorram a partir de uma construção mútua de conhecimento, de modo mais horizontal do que aquele que vem caracterizando geralmente as relações científicas Norte-Sul. De qualquer modo, apresentar a pesquisa nacional em fóruns globais é um tópico da agenda da área e a inserção da pesquisa brasileira numa história internacional dos estudos em Comunicação colabora com a possível identificação de zonas de discussão comuns.

Nesse sentido, o debate atual em torno da epistemologia do campo, tem destacado a questão da institucionalização da comunicação como campo interdisciplinar de estudos como uma marca central da trajetória histórica brasileira. Uma intersecção possível de ser trabalhada entre essa característica local e os estudos internacionais diz respeito ao tema da fragmentação/dispersão X unidade do campo. De fato, nos últimos anos, a importância e a complexidade que a comunicação assume na sociedade parece se refletir, no caso do Brasil, numa dispersão (e menos numa fragmentação) temática e de perspectivas, o que explica o surgimento de uma série de associações de pesquisa voltadas a subcampos da Comunicação¹⁴. Isto indica, sem dúvida, um enorme crescimento quantitativo da pesquisa, que, no entanto, requer mais esforços reflexivos sobre a unidade *interdisciplinar* do campo e as bases conceituais que favoreçam o diálogo e os avanços comuns.

Referências

ALMEIDA, Joaquim Canuto Mendes de. *Cinema contra cinema*. Bases gerais para um esboço de organização do cinema educativo no Brasil. São Paulo: São Paulo, 1931.

ANDERSON, Benedict. *Imagined communities: reflections on the origins and spread of nationalism*. London: Verso, 1983.

BARBOSA, Marialva et al. História Nacional. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José. (Orgs.). *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*. Brasília: IPEA, 2012, p.25-165.

_____. *Os donos do Rio: imprensa, poder e público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

¹⁴Por exemplo, entre as associações criadas nos anos 2000: Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor) em 2003; Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abracorp), Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) ambas em 2006.

BARRANQUERO, Alejandro. Rediscovering the Latin American Roots of Participatory Communication for Social Change. *Westminster Papers in Communication and Culture* 8 (1), 2011, p.154-177.

BARTHES, Roland et al. *Análise estrutura da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 1971.

BERGER, Christa. A Pesquisa em comunicação na América Latina. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. (Orgs.). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 241-277.

_____. Crítica, perplexa, de intervenção e de denúncia: a pesquisa já foi assim na América Latina. *Intexto* 2(6) 1999, p. 1-15.

BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro. Marco Zero, 1983.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1982.

_____. Le champ scientifique. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 2(2-3) 1976, p. 88-104.

CAPPARELLI, Sérgio; STUMPF, Ida. *A constituição da comunicação como campo de conhecimento multidisciplinar*. I Conferência Científica da UFRGS. Porto Alegre, 1988 (mimeo).

CAPRILES, Oswaldo. La nouvelle recherche latino-américaine en communication. *Communication, Information*, 5(1) 1982, p. 97-144.

COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1973a.

_____. *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1973b.

FAUSTO NETO, Antonio. Situação da pesquisa no sistema de pós-graduação em Comunicação. *III Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sul*. FABICO/INTERCOM, Porto Alegre, 1995.

FESTA, Regina; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.

FOX, Elisabeth. Media and culture in Latin America. In: CORNER, John; SCHLESINGER, Philip; SILVERSTONE, Roger (Orgs.). *International media research: a critical survey*. Routledge: London, 1997, p. 196-218. Disponível em: <http://english.360elib.com/datu/H/EM013838.pdf>.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

FURTADO, Celso. *Formação Econômica do Brasil*. São Paulo: Editora Nacional, 1958.

GOBBI, Maria Cristina. Aportes pioneiros: Um breve resgate da comunicação na América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 4(3) 2006, p. 54-75. Disponível em <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/162/154>

HUESCA, Robert; DERVIN, Brenda. Theory and practice in Latin American alternative communication research. *Journal of Communication* 44(4), 1994, p.53-73.

JACKS, Nilda (Org.). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Ciespal: Ecuador, 2011. Disponível em <http://dspace.ciespal.net:8080/handle/123456789/124>

IANNI, Octavio. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. *Estudos Avançados*, 8(21), 1994, p.147-163. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v8n21/09.pdf>.

ISLAS, Octavio; ARRIBAS, Amaia. A brief history of the Latin American Academy of Communication. *Communication Research Trends* 29(2) 2010, p. 4-14. Disponível em <http://octavioislas.files.wordpress.com/2010/06/communication-research-trends.pdf>.

LIMA, Luiz Costa (Org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1970.

LIMA, Venício A.; CLIFFORD, Christians. Paulo Freire: the political dimension of dialogic communication. *Communication* 4(1), 1979, p. 133-155.

LÖBLICH, Maria; SCHEU, Andreas Matthias. Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach. *Communication Theory* 21(1), 2011, p. 1-22.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) *Posgrados en comunicación en Iberoamérica: políticas nacionales e internacionales*. São Paulo: Confibercom, PPGCOM-USP, 2012. Disponível em <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/6.pdf>. Acesso em 10 de jul. 2014.

_____. O campo da comunicação: sua constituição, desafios e dilemas. *Revista Famecos*, 1(30), 2006, p.16-30. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/487/411>.

_____. *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990.

MARQUES DE MELO, José. Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 1(1), 2004, p.10-21. Disponível em <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/110/108>.

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

_____. Communication Research: New Challenges of the Latin American School. *Journal of Communication* 43(4), 1993, p. 182-190.

_____. Communication Theory and Research in Latin America: a preliminary balance of the past twenty-five years. *Media, Culture & Society* 10(4) 1988, p. 405-418.

_____; DENCKER, Ada. *Inventário da Pesquisa em Comunicação no Brasil: 1883-1983*. São Paulo: Intercom/Portcom, 1984.

_____ (Org.). *Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo/Brasília: Cortez/Intercom/CNPq, 1983a.

_____. (Org.). *Teoria e pesquisa em Comunicação: panorama latino-americano*. São Paulo/Brasília: Cortez/Intercom/CNPq, 1983b.

_____; GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, Icinform, Ininco*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000.

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

_____. Lo que la investigación Iationamericana de comunicacion debe al Brasil. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). *Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas*. Santos/São Paulo: Universidade Santa Cecília/Intercom, 1999, p. 31-48.

_____; REY, Germán Rey. La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. *Revista de Estudios Sociales* (4), 2000, p. 54-70. Disponível em <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81511266005>.

MARTINO, Luiz C. Escola latino-americana de comunicação: equívoco teórico e político. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 6(4) 2007, p. 102-112. Disponível em <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/30/29>.

MATTELART, Armand. Vinte anos de pesquisa ou das certezas para a ambivalência. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) *Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas*. Santos/São Paulo: Universidade Santa Cecília/Intercom, 1999, p. 15-30.

MORAGAS, Miguel. *Teoría de la comunicación: Investigaciones sobre médios em América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

NERI, Marcelo Côrtes (Org.). *The new middle class in Brazil: The bright side of the poor*. Rio de Janeiro: FGV/Ibre, Ceps, 2010.

OROZCO GOMÉZ, Guillermo. *La investigación de la Comunicación dentro y fuera de la América Latina: tendencias, perspectivas y desafios del estudio de los médios*. La Plata: Ediciones de periodismo y Comunicación, 1997.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAIVA, Raquel; GABBAY, Marcello M. Comunicação, crítica e cidadania: releituras teóricas e perspectivas praticas. *Revista Debates* 4 (1) 2 0 1 0 , p . 7 8 - 9 8 . Disponível em <http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/12268/8300>.

PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem, comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 1970.

POOLEY, Jefferson D.; PARK, David W. Communication Research. In: SIMONSON; PECK, CRAIG; JACKSON JR. *The Handbook of Communication History*. New York/London: Routledge, 2013, p. 76-90 (ICA Handbook Series).

RAMIRO BELTRÁN, Luis. Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina. In: *Memórias de la Semana Internacional de Comunicación*. Bogotá: Pontícia Universidade Javeriana de la Facultad de Comunicación Social, 1981.

_____. Farewell to Aristotle: "horizontal communication". *International Commission for the Study of Communication Problems*, 48. Paris: Unesco, 1979. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000393/039360eb.pdf>.

_____. Alien premises, objects and methods in Latin American Communication Research. *Communication Research* 3(2) 1976, p. 107-134.

Ribeiro, Ana Paula Goulart; Sacramento, Igor. História contextual. In: In: Castro, Daniel; José Marques de Melo (orgs.). *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*, 4. Brasília: IPEA, 2012, p.133-165.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael. História da comunicação no Brasil: um campo em construção. In: _____; _____ (Orgs.) *Comunicação e História: interfaces e novas abordagens*. Rio de Janeiro: Mauad/Globo Universidade, 2008, p. 13-26.

RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1946.

RÜDIGER, Francisco. Trajetória da pesquisa em comunicação. In: _____. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia*, São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2002, p. 49-86.

_____. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicom, 1998.

SERRANO, Jonathas; VENÂNCIO FILHO, Francisco. *Cinema e Educação*. Rio de Janeiro: Melhoramentos, 1931.

SIMONSON, Peter; PETERS, John Durham. Communication and Media Studies, History to 1968. In: DONSBACH, Wolfgang (Org.). *The International Encyclopedia of Communication*. Vol. II, New York: Blackwell, 2008, p. 764-771.

VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio d'Água, 1992.

WAISBORD, Silvio. United and fragmented: Communication and media studies in Latin America. *Journal of Latin American Communication Research* 4(1) 2014. Disponível em <http://alaic.net/journal/index.php/jlacr/article/view/95/77>.

WALLERSTEIN, Immanuel et al. *Para abrir as ciências sociais*. Lisboa: Europa-América, 1996.

WERNECK SODRÉ, Nelson. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.