

Pós-Graduação em Comunicação Social: trinta anos de inovação

Postgraduate Program in Social Communication: thirty years of innovation

Postgrado en Comunicación Social: treinta años de innovación

MONICA MARTINEZ



Marcos Muzzi

Doutora em Ciências da Comunicação pelo Núcleo de Epistemologia da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PósCom) da Universidade Metodista de São Paulo.
E-mail: martinez.monica@uol.com.br

MARTINEZ, Monica. Pós-Graduação em Comunicação Social: trinta anos de inovação. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 50, p. 51-79, 2. sem. 2008.

Resumo

Este artigo apresenta as linhas de pesquisa e os projetos desenvolvidos pelos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), a partir das discussões realizadas para o seu aperfeiçoamento, bem como nos dá uma noção dos indicadores de produção de seus docentes na atualidade.

Palavras-chave: Pós-Graduação em Comunicação – Umesp – Linhas e projetos de pesquisa.

Abstract

This article presents the lines of research and the projects developed by the teachers of the Postgraduate Program in Social Communication, from the Methodist University of São Paulo (Umesp), from discussions held for its completion, and gives us a sense of the indicators of production of its teachers at present.

Keywords: Postgraduate studies in Communication – Umesp – Lines and projects of research.

Resumen

Este artículo presenta las líneas de investigación y los proyectos desarrollados por los profesores del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Metodista de São Paulo (Umesp), a partir de los debates celebrados para su perfeccionamiento, y nos da un sentido de los indicadores de producción de sus docentes en la actualidad.

Palabras clave: Estudios de posgrado en Comunicación – Umesp – Líneas y proyectos de investigación.

Em fevereiro deste ano, 2008, depois de ter feito mestrado e doutorado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, “voltei ao lar” (graduei-me em Jornalismo no então Instituto Metodista de Ensino Superior), para desenvolver o projeto de pós-doutorado “Narrativas digitais: criatividade, convergência e interatividade,” no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da, hoje, Universidade Metodista de São Paulo. Além do estudo propriamente dito, um dos pontos mais estimulantes tem sido o contato com os pesquisadores do Programa, caracterizado não apenas pelo incentivo intelectual, mas também pela rica convivência humana.

A participação em um evento hospedado na Metodista, o XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, nos dias 6 e 7 de maio, permitiu-me compreender o contexto seletivo no qual os pesquisadores do chamado Grupo de São Bernardo do Campo se inserem. No Estado de São Paulo, contando com a Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), há doze programas de pós-graduação *stricto sensu*, abrigados na seguintes instituições: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Universidade Estadual de Campinas (Unicamp); Faculdade Cásper Líbero (Facásper); Universidade de Marília (Unimar); Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM); Universidade Paulista (Unip); Universidade Anhembi-Morumbi; Universidade de Sorocaba (Uniso); Universidade Estadual de São Paulo (Unesp-Bauru); Universidade Federal de São Carlos, o mais jovem da relação. Ao longo do tempo, cada um desses programas foi definindo características bem precisas, como,

o estudo de Comunicação e Consumo (ESPM) ou de Cinema (Anhembi-Morumbi). Vale ressaltar que o programa da Umesp foi, juntamente com o da PUC-SP, o segundo a ser instalado no estado, inicialmente só em nível de mestrado, em 1978, seis anos depois do curso de mestrado pioneiro da ECA-USP. E o perfil de seus profissionais é, desde o início, marcado pela inovação, ao pôr a ênfase, no estudo dos movimentos populares e da comunicação comunitária, numa época em que as pesquisas, via de regra, tinham como objeto a mídia convencional.

Desse universo de doze instituições de ensino superior paulistas credenciadas a oferecer pós-graduação¹, a oferta do nível de doutorado ocorre atualmente em apenas quatro universidades: ECA-USP, PUC-SP, Unicamp e Umesp. Anote-se, à parte, que, dentro da Umesp, dois cursos têm o nível de doutorado: o de Comunicação Social (1995) e o de Ciências da Religião (1994). Ambos abrem espaço também para estágios pós-doutorais. Sou a quinta entre os pós-doutorandos da instituição, a primeira pesquisadora do sexo feminino a partir para o aperfeiçoamento de estudos sob a orientação de seus docentes.

Atualmente, o PósCom da Metodista tem onze docentes *permanentes* e quatro docentes *colaboradores*. Até 2008, a área de concentração, denominada Processos Comunicacionais, tinha duas linhas de pesquisa: Comunicação Massiva e Comunicação Especializada. Depois de 75 dias de discussão, iniciada no final de 2007, o PósCom foi reestruturado. A área de concentração continua a mesma, agora com a seguinte ementa:

A área concentra pesquisas empíricas e reflexões teóricas sobre os meios de comunicação social, seus fluxos de produção, difusão e recepção e suas relações socioculturais; sobre os atos comunicacionais implementados pelas organizações junto aos diversos

¹ Vide, nesta edição, o registro do XII Celacom, cujo tema foi “As vanguardas do pensamento comunicacional paulista”, tendo as doze instituições sido distribuídas em “vanguardas históricas”, “vanguardas ascendentes” e “vanguardas emergentes”. [Nota do editor de texto.]

públicos de interesse ou associados às múltiplas formas, dimensões e linguagens da divulgação do conhecimento tecnocientífico e das inovações tecnológicas.

As linhas de pesquisa foram revistas, passando de duas para três: Processos comunicacionais midiáticos; Processos de comunicação institucional e mercadológica; e Processos da comunicação científica e tecnológica. É sobre esta estrutura, e nesta ordem, que mapearemos as contribuições científicas do grupo de onze docentes *permanentes*. Essa exposição, evidentemente, será feita de forma panorâmica, pois o espaço seria pouco para discorrer integralmente sobre cada um deles.

Antes de entrar nos tópicos específicos, ou seja, as linhas de pesquisa e os docentes nelas envolvidos, apresento rapidamente um resumo do levantamento sobre as três palavras-chave da atividade de cada um dos pesquisadores. Ele foi realizado por Elizabeth Moraes Gonçalves, docente do programa, no portal Inovação, de 29 de novembro de 2007 a 7 de janeiro de 2008. Observe-se que esse portal traça o perfil do pesquisador por meio da busca das principais palavras-chave fornecidas pela Plataforma Lattes, base de dados de currículos e instituições da área de Ciências e Tecnologia, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). São dela as três tabelas que reproduzimos na seqüência.

Tabela 1
Principais palavras que definem o perfil do pesquisador

Docente	Palavras-chave		
Adolpho Carlos Françoso Queiroz	Comunicação	Propaganda	Marketing
Cicília Maria Krohling Peruzzo	Comunicação	Cidadania	Comunitária
Daniel dos Santos Galindo	Comunicação	Publicidade	Formação
Elizabeth Moraes Gonçalves	Comunicação	Discurso	Linguagem
Maria das Graças Conde Caldas	Jornalismo	Comunicação	Mídia
Isaac Epstein	Comunicação	Saúde	Ciência
José Marques de Melo	Comunicação	Jornalismo	Brasil
José Salvador Faro	Comunicação	Jornalismo	Imprensa
Sandra Lucia Amaral de Assis Rcímano	Televisão	Brasil	Livros
Sebastião Carlos de Moraes Squirra	Telejornalismo	Comunicação	Jornalismo
Wilson da Costa Bueno	Jornalismo	Comunicação empresarial	Jornalismo científico

A tabela 2, a seguir permite visualizar com facilidade a amplitude das áreas cobertas pelos pesquisadores da instituição.

Tabela 2
Síntese das palavras-chave dos docentes do PósCom

Docente / Palavra-chave	Adolpho Queiroz	Cicilia K. Peruzzo	Daniel Galindo	Elizabeth Gonçalves	Graça Caldas	Isaac Epstein	José Marques de Melo	José Salvador Faro	Sandra Reimão	Sebastião Squirra	Wilson da Costa Bueno
Comunicação	x	x	x	x	x	x	x	x		x	
Telejornalismo										x	
Jornalismo					x		x	x		x	x
Discurso				x							
Linguagem				x							
Propaganda	x										
Marketing	x										
Cidadania		x									
Comunitária		x									
Publicidade			x								
Formação			x								
Mídia					x						
Saúde						x					
Ciência						x					
Brasil							x		x		
Imprensa								x			
Televisão									x		
Livros									x		
Comunicação empresarial											x
Jornalismo científico											x

Quando colocados em conjunto, os docentes do PósCom da Metodista apresentam uma formidável produção. Elizabeth Gonçalves lembra que, como o portal Inovação busca os dados no Currículo Lattes, os números da tabela 3, a seguir, podem ser alterados em razão de atualizações efetuadas no currículo. Eles são referentes, portanto, à busca empreendida no período de 29 de novembro de 2007 a 7 de janeiro de 2008.

A partir dessa base e da consulta ao Currículo Lattes, feita no período de 2 a 18 de junho de 2008, bem como no material a partir do qual será gerado o novo *folder* do PósCom, apresentaremos agora as linhas de pesquisa do PósCom da Metodista e as disciplinas que a compõem, com seus respectivos titulares.

Tabela 3
Posicionamento do docente permanente no Portal
Inovação em relação às palavras-chave que definem o grupo

Docente \ Palavra-chave	Docente										Nº de ocorrências (filtro área de formação em comunicação)	
	Adolpho Queiroz	Cicélia K. Peruzzo	Daniel Galindo	Elizabeth Gonçalves	Graça Caldas	Isaac Epstein	José Marques de Melo	José Salvador Faro	Sandra Reimão	Sebastião Squira		Wilson da Costa Bueno
Comunicação	51º	10º		17º	53º	28º	11º	21º		68º	14º	3.837
Telejornalismo					152º		26º	356º	106º	1º		356
Jornalismo	308º	313º		214º	4º		12º	20º		31º	13º	1.854
Discurso	474º			1º	69º							1.034
Linguagem				1º	159º	114º	436º					1.203
Propaganda	5º			20º	317º						89º	962
Marketing	11º			390º	320º						466º	1.308
Cidadania	348º	3º		137º	12º		123º				360º	851
Comunitária		2º			163º			29º		114º		396
Publicidade	24º			22º		233º		305º				1.170
Formação	375º	267º		121º	17º		221º			236º		1.008
Mídia	69º	13º		30º	10º	132º	16º	384º		112º	309º	2.013
Saúde					212º	9º	227º				17º	870
Ciência				48º	26º	13º	164º				32º	789
Brasil	54º	43º		240º	93º		3º	82º		5º	137º	2.263
Imprensa	18º	205º		441º	92º		2º	3º			12º	1.144
Televisão	142º	49º		256º	314º		205º	68º	40º	307º		1.271
Livros				156º	151º				4º			234
Comunicação empresarial		174º			121º						1º	263
Jornalismo científico				104º	2º	33º	29º				1º	190

Observação: Estabeleceu-se um filtro (área de formação) e a consulta foi efetuada até a 500ª posição.

Como todos os docentes são doutores, excluiu-se a titulação que antecede o nome, para facilitar a leitura.

Linha de pesquisa 1: Processos comunicacionais midiáticos

A linha de pesquisa Processos comunicacionais midiáticos tem esta ementa:

Estudo dos processos comunicacionais tendo como objeto os meios de comunicação social, a reflexão teórica e o conhecimento empírico sobre eles, bem como sobre seus fluxos de produção, difusão e recepção e suas relações socioculturais.

Vinculam-se a ela, atualmente, os seguintes docentes: Adolpho Carlos Françaço Queiroz (Propaganda política); Círcia Maria Krohling Peruzzo (Mídia regional, local e comunitária); José Marques de Melo (Pensamento jornalístico brasileiro); José Salvador Faro (Universo temático e editorial dos cadernos de cultura dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*); e Sandra Lucía Amaral de Assis Reimão (Livros e outras mídias).

Propaganda política – Adolpho Carlos Françaço Queiroz

O projeto de pesquisa de Queiroz resume-se desta forma:

Eleições presidenciais no Brasil na ótica da propaganda política. Procura-se recuperar a memória e a história das eleições presidenciais no Brasil republicano, mostrando de que forma os presidentes que venceram as eleições utilizaram a comunicação de massa, através de jornais, revistas, programas de rádio e televisão, internet e outros recursos comunicacionais para obterem êxito em suas campanhas. O estudo poderá contribuir para sistematizar e compreender a história da propaganda política no Brasil e discernir a contribuição de agentes específicos para as alterações conceituais e práticas desse segmento da comunicação. Tem-se por pressuposto que os elementos intrínsecos dos conceitos de propaganda política constituem parte dos fundamentos da concepção de comunicação política.

Em seu currículo na Plataforma Lattes encontramos a seguinte síntese²:

Possui graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de Piracicaba (1980), mestrado em Comunicação pela Universidade de Brasília (1992) e doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1998). Atualmente é professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Participa dos conselhos editoriais da *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* (Intercom) e do *Anuário Unesco-Metodista de Comunicação Regional*. É o atual editor da revista *Comunicação & Sociedade* (PósCom da Metodista). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em publicidade e propaganda, atuando principalmente nos seguintes temas: marketing político, propaganda ideológica e história da propaganda. É vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Tendo se graduado na Universidade Metodista de Piracicaba, sua tese de doutoramento na Universidade Metodista de São Paulo também foi sobre o principal jornal da primeira cidade, *Jornal de Piracicaba – 1900-1978*. De sua produção bibliográfica podem-se mencionar os livros: *História, memória e reflexões sobre a propaganda no Brasil* (Queiroz; Araújo, 2008); *Na arena do marketing político: ideologia e propaganda nas campanhas eleitorais brasileiras*. São Paulo (2006); *Comunicação mini-regional I: singularidades da imprensa regional paulista* (Marques de Melo; Queiroz, 2006); *Identidade da imprensa brasileira no final de século: das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e às ancoragens culturais* (Marques de Melo; Queiroz, 1998). Queiroz é atualmente o editor da revista *Comunicação & Sociedade*.

² Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/2554925339792900>>. Acesso em: 17 jun. 2008.

Mídia regional, local e comunitária – Cicilia Maria Krohling Peruzzo

O projeto de pesquisa de Cicilia resume-se desta forma:

Estudos das estruturas e dinâmicas de produção, difusão e recepção de comunicação em nível regional, local ou comunitário, tanto no universo de movimentos populares, comunidades, organizações não-governamentais e sindicatos, como em meios de comunicação públicos e privados, desde que vinculados com a questão local ou comunitária. São priorizadas investigações sobre as peculiaridades dos processos comunicacionais enquanto manifestações midiáticas perpassadas pela participação, pela mobilização e/ou pelo empoderamento social das tecnologias na perspectiva do exercício da cidadania.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese³:

Possui graduação em Comunicação Social – Relações Públicas (1978) pela Faculdade de Comunicação Social Anhembi (atual Universidade Anhembi-Morumbi), mestrado em Comunicação Social (1981) pela Universidade Metodista de São Paulo e doutorado em Ciências da Comunicação (1991) pela Universidade de São Paulo. Atualmente é professora-titular da Universidade Metodista de São Paulo. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em comunicação popular alternativa, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação comunitária, cidadania, participação e mídia local.

Além de ser uma das pioneiras nos estudos de comunicação comunitária e cidadania, Cicilia é conhecida pela contribuição aos estudos de metodologia. Ela é autora de obras como: *Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local* (2007b), *Comunicação nos movimentos populares: a participação no exercício da cida-*

³ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/9161998311900474>>. Acesso em: 17 jun. 2008.

dania (1998) e *Relações públicas no modo de produção capitalista* (1982). Além disso, entre seus muitos capítulos de livros, artigos em revistas científicas e comunicações em eventos científicos, podem ser citados: “O lugar da comunicação comunitária nas políticas de comunicação no Brasil” (2008) e “Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania” (2007a). Seu livro de 2007, sobre televisão comunitária, dialoga com a temática de outros docentes do PósCom, como Sandra Reimão. Sua pesquisa mais recente, mencionada no parágrafo anterior, é “O lugar da comunicação comunitária nas políticas de comunicação no Brasil”, um dos dez trabalhos selecionados para o GT6 (Economia Política e Políticas de Comunicação), do 17º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, realizado nos dias 3 a 6 de junho de 2008 na Universidade Paulista (Unip), em São Paulo, que ela assim resume:

Estudo sobre aspectos das políticas públicas de comunicação, suas origens e o espaço ocupado pela comunicação comunitária nesse contexto. Os objetivos são: analisar a presença da comunicação popular, alternativa e comunitária nas discussões sobre políticas de comunicação; situar as origens internacionais das demandas por políticas nacionais de comunicação; e apresentar pistas para uma política que contemple o setor comunitário. Para tanto se contextualiza o ambiente comunicacional em debate e as reivindicações ocorrem no País. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica com abordagem historico-dialética. Conclui-se que as demandas por democracia na comunicação são historicamente reprimidas, mas lentamente algumas conquistas se tornam realidade.

Pensamento jornalístico brasileiro – José Marques de Melo

O projeto de pesquisa de Marques de Melo se resume desta forma:

O conhecimento jornalístico avançou lentamente durante o século XX, intensificando-se na última década, mas ainda não permitindo generalizações consensuais, no tempo e no espaço. Pretende-se avaliar teoricamente o pensamento crítico já acumulado, obser-

vando empiricamente suas projeções nas continuidades e rupturas dos processos jornalísticos, em distintas regiões midiáticas e em múltiplos suportes comunicacionais. A intenção é construir um acervo cognitivo capaz de iluminar a ação profissional das novas gerações de jornalistas.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese⁴:

Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1964), graduação em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco (1965), doutorado e livre-docência em Ciências da Comunicação – Jornalismo pela Universidade de São Paulo (1973). Atualmente é professor-titular da Universidade Metodista de São Paulo, onde é diretor da Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação. Publicou meia centena de livros e coletâneas, mais de uma centena de artigos em periódicos científicos do País e do exterior. Fundou e dirigiu sociedades científicas no espaço ibero-americano. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo brasileiro, gêneros jornalísticos, pensamento comunicacional latino-americano, história das ciências da comunicação.

Um dos pioneiros na pesquisa e no ensino em Comunicação e Jornalismo no Brasil, José Marques de Melo dispensa apresentações mais completas no espaço deste relato. Conhecido por sua notável produção, vale reproduzir os indicadores apontados por seu currículo na Plataforma Lattes, que apresenta os dados a partir de 2005. Observe-se que o ano 2008 ainda está em andamento e o pesquisador já possui doze entradas em sua produção bibliográfica, conforme tabela na página seguinte⁵:

⁴ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/4271609139942812>>. Acesso em: 16 jun. 2008.

⁵ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/4271609139942812>>. Acesso em: 16 jun. 2008.

Indicadores de produção dos anos 2005 a 2008				
Tipo de produção	2005	2006	2007	2008
Produção bibliográfica	54	46	42	12
Produção técnica	23	02	06	01
Orientação concluída	07	03	05	—
Produção artística/cultural e demais trabalhos	08	05	01	01

O artigo mais recente do pesquisador nesta revista *Comunicação & Sociedade* apareceu na edição anterior (n. 49): “Gutenberg chegou atrasado ao país tropical” (p. 11-26). No segmento de livros, o mais recente foi lançado neste ano, 2008, pela editora Paulus: *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. No exterior, o trabalho mais recente, também de 2008, é um capítulo que reflete sobre o sistema midiático brasileiro: “Brazil: media system” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 365-370), incluído na enciclopédia organizada por Wolfgang Donsbach (2008). De seus livros, no entanto, o próprio pesquisador ressalta, entre outros, *Jornalismo opinativo*, em terceira edição pela editora paulista Mantiqueira de Ciência e Arte, um clássico no estudo de gêneros jornalísticos.

Universo temático e editorial dos cadernos de cultura dos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo – José Salvador Faro

Comunicação, jornalismo e imprensa são as palavras-chave dos estudos de Faro, sendo o jornalismo cultural o foco atual de sua pesquisa, que tem esta ementa:

O projeto de pesquisa “Universo temático e editorial dos cadernos de cultura dos jornais *O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo*” pretende analisar o conteúdo dessas publicações, buscando identificar os temas por elas pautados com maior incidência e o grau de complexidade conceitual ou de padronização massiva com que são abordados. A investigação empírica sobre esses dois veículos tem o objetivo de ampliar a validade teórica das questões decorrentes dos estudos desenvolvidos pelo docente no âmbito das relações entre mídia e cultura, em especial aquelas que demarcam o estado-da-arte na pesquisa sobre o jornalismo cultural: um espaço de ten-

sões entre demandas de natureza intelectual e reflexiva que amplia a esfera pública em torno de questões de natureza estético-políticas e, contraditoriamente, uma produção voltada para o atendimento de demandas mercadológicas determinadas por categorias reiterativas dos padrões hegemônicos da cultura de massa.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese⁶:

Possui graduação em História pela Universidade de São Paulo (1973), mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1992) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1996). Atualmente é professor-assistente da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e professor-adjunto da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Atua nos cursos de graduação em Jornalismo nas duas instituições e é docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em jornalismo. Trabalha com projetos de pesquisa em história da comunicação, jornalismo investigativo, jornalismo cultural e ensino e pesquisa em comunicação.

Um artigo recente do pesquisador, “Jornalismo cultural: formação e crítica” (FARO, 2007, p. 75-88), está alinhado com seu projeto de pesquisa. Contudo, seu livro mais conhecido talvez ainda seja *“Realidade” – 1966-1968: tempo da reportagem na imprensa brasileira* (FARO, 1999), obra de referência sobre a fase áurea dessa mítica revista do universo editorial brasileiro. Merece menção, também, sua obra *A universidade fora de si: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil* (FARO, 1992).

Livros e outras mídias – Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão

A temática “livros e sua convergência com outros meios” é a marca registrada da pesquisadora Sandra Reimão. Seu projeto de pesquisa atual tem a seguinte ementa:

⁶ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/3848720494067039>>. Acesso em 17 jun. 2008.

Estudo sobre a cultura impressa, especialmente de livros, no Brasil atual. Concebe-se o livro como um objeto da comunicação inserido no amplo sistema da Comunicação Social. Ênfase na materialidade dos livros e nos processos de tradução e diálogo entre os livros e outros impressos (jornais, revistas) e/ou os livros e as mídias audiovisuais massivas, destacadamente a televisão. Pesquisas desenvolvidas em dois enfoques: 1) estudos de casos sobre as correlações dos livros com outras mídias; 2) discussão teórica e conceitual sobre o lugar do livro na Comunicação Social.

Em seu currículo na Plataforma Lattes encontramos a seguinte síntese⁷:

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo e bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Diretora-adjunta da Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Graduada em Filosofia pela Universidade de São Paulo. Mestre e doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Fez estágios pós-doutorais na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) e na Université de Paris 1 (Panthéon-Sorbonne). Publicou, entre outros, os livros: *Mercado editorial brasileiro* (1996) e *Livros e televisão: correlações* (2004). Atua principalmente nos seguintes temas: editoração, livros, mercado editorial brasileiro, interfaces dos livros com outras mídias.

A leitura deste banco de dados permite-nos ver a importância de outras mídias no trabalho da pesquisadora e a convergência de seu trabalho com o de outros docentes do programa, como Sebastião Carlos de Moraes Squirra, uma vez que a palavra-chave mais citada é televisão. A pesquisadora é também bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq – Nível 1D. Publicou, entre outras, as obras *Livros e televisão: correlações* (2004), *Televisão na América Latina: sete estudos* (2000) e *Mercado editorial brasileiro* (1996).

⁷ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/6481247592595887>>. Acesso em: 16 jun. 2008.

Linha de pesquisa 2: Processos de comunicação institucional e mercadológica

A linha de pesquisa Processos de comunicação institucional e mercadológica tem a seguinte ementa:

Análise dos processos comunicacionais implementados pelas organizações junto aos diversos públicos de interesse, internos ou externos. Investiga a integração entre as competências de comunicação nas organizações, contemplando as interfaces entre comunicação e consumo, processo de gestão, estratégia empresarial, mobilização social, construção das marcas, bem como a correlação entre imagem, reputação das organizações e leituras feitas pelo mercado e pela sociedade.

Dois docentes se dedicam a essa linha: Daniel dos Santos Galindo (Comunicação integrada de marketing) e Wilson da Costa Bueno (Comunicação empresarial).

Comunicação integrada de marketing – Daniel dos Santos Galindo

A interface entre Comunicação e Marketing (as duas principais palavras-chave de seu trabalho, além de “formação”) é o objeto da disciplina de Galindo, cuja ementa se resume desta forma:

Este projeto objetiva sistematizar o conhecimento sobre os processos comunicacionais voltados para os aspectos promotores do consumo, das percepções construtoras das imagens corporativas e do relacionamento com as marcas, por meio de suas práticas convencionais e não-convencionais, sobretudo de forma integrada. Evidencia-se o caráter multidisciplinar que tem permeado este processo e as mudanças comportamentais presentes tanto nos hábitos de consumo como no acesso aos novos suportes midiáticos pelo consumidor/cidadão. Busca-se, portanto, uma produção acadêmica que traduza o repensar do sistema de gestão e integração das diversas competências comunicacionais a serviço do marketing e o papel comunicador desempenhado pelas organizações contemporâneas.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese⁸:

Possui graduação em Publicidade e Propaganda (1979) pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado (Fiam), mestrado em Comunicação Social (1965) pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) e doutorado (2000) pela mesma instituição. Atualmente é professor-titular da Universidade Metodista de São Paulo e professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em comunicação mercadológica, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação e mercado, comunicação integrada de marketing, marketing, consumo e cultura e novas tecnologias a serviço da comunicação com o mercado.

Alguns de seus trabalhos mais recentes sugerem uma abertura para o diálogo transdisciplinar com outro programa de pós-graduação da Umesp, o de Ciências da Religião. São eles: o artigo em periódico “O sagrado na passarela” (GALINDO, 2007, p. 60-76) e os capítulos de livro “Criança-Esperança: exemplo do marketing de causas sociais” (GALINDO, 2007, p. 6) e “Quando o sagrado vira moda” (GALINDO, 2007, p. 62). São de sua autoria os livros *Propaganda inteira&@tiva* (2002) e *Comunicação mercadológica em tempos de incertezas* (1986).

Comunicação empresarial – Wilson da Costa Bueno

Apaixonado por futebol (sua coleção de camisetas de clubes é famosa!), Wilson da Costa Bueno atua nos segmentos do jornalismo, da comunicação empresarial e do jornalismo científico. Seu projeto de pesquisa atual tem a seguinte ementa:

Análise dos processos de comunicação nas organizações, tendo em vista o relacionamento com os seus distintos públicos de interesse (funcionários, clientes e consumidores, imprensa, acionis-

⁸ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/1101827075498113>>. Acesso em: 18 jun 2008.

tas, poderes executivo, legislativo e judiciário etc.). Esta análise incorpora as vertentes institucional e mercadológica, contemplando-as de maneira integrada; privilegia a construção de um processo de inteligência em comunicação nas organizações e assume como fundamentais as relações entre comunicação e processo de gestão, bem como entre comunicação e cultura. Dá-se atenção especial ao desenvolvimento de metodologias para a avaliação do impacto e do retorno das ações e estratégias de comunicação.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese⁹:

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), jornalista, tem mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e especialização em Comunicação Rural e em Jornalismo Científico. As áreas principais de atuação são: comunicação empresarial, com foco específico em auditoria de imagem das organizações; e jornalismo especializado (científico, ambiental, em saúde e em agronegócio).

Seus dois livros mais recentes refletem o sólido norte de suas pesquisas: *Comunicação, jornalismo e meio ambiente* (BUENO, 2007a) e *Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica* (BUENO, 2007b). Criou e dirige a empresa Comtexto: Comunicação e Pesquisa, que também mantém um expressivo *site* com o mesmo nome na internet, além de quatro *sites* temáticos: Comunicação e saúde¹⁰; Jornalismo científico¹¹; Agribusiness e meio ambiente¹²; e Comunicação empresarial¹³. E edita quatro revistas digitais de comunicação científica.

⁹ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/9495822246558650>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

¹⁰ Disponível em: <www.comunicasaude.com.br>. Acesso em: jul. 2008.

¹¹ Disponível em: <www.jornalismocientifico.com.br>. Acesso em: jul. 2008.

¹² Disponível em: <www.agricoma.com.br>. Acesso em: jul. 2008.

¹³ Disponível em: <comunicacaoempresarial.com.br>. Acesso em: jul. 2008.

Linha de pesquisa 3:

Processos da comunicação científica e tecnológica

A linha de pesquisa Processos da comunicação científica e tecnológica tem a seguinte ementa:

Investigação dos processos comunicacionais associados às múltiplas formas, dimensões e linguagens da divulgação do conhecimento tecnocientífico e à comunicação da saúde. Analisa também a produção e as inovações tecnológicas nas suas interfaces com o aparato digital da comunicação.

Quatro pesquisadores vinculam-se a ela: Elizabeth Moraes Gonçalves (Comunicação e linguagem); Maria das Graças Conde Caldas (Divulgação científica e Políticas de CT&I; Discurso nuclear e imaginário social); Isaac Epstein (Prolegômenos para a constituição de uma teoria multidisciplinar da comunicação pública da ciência e da saúde); Sebastião Carlos de Moraes Squirra (Comunicações e tecnologias digitais).

Comunicação e linguagem – Elizabeth Moraes Gonçalves

As linguagens e os discursos no âmbito da Comunicação configuram este projeto, cuja ementa é a seguinte:

Os processos da comunicação científica e tecnológica são estudados na perspectiva da linguagem e do discurso. Para isto, consideram-se as características dos veículos, suportes, conteúdos e público. Analisam-se os diferentes discursos e observa-se como se relacionam no processo comunicacional, examinando as condições de produção e recepção das mensagens. Verifica-se de que forma o discurso *da* ciência e *sobre* a ciência pode se mesclar, por exemplo, com o discurso publicitário, com o jurídico, com o político, com o pedagógico, com o religioso, entre outros. Entende-se que, por intermédio da linguagem, a comunicação contribui para a construção do imaginário social por meio de símbolos e de imagens projetadas/elaboradas na mídia sobre a temática abordada. Dessa forma o projeto se propõe investigar as manifestações

discursivas da ciência e da tecnologia e as imagens sociais construídas, identificando a intencionalidade explícita ou implícita no processo. Encontra-se em desenvolvimento um estudo da revista *Scientific American Brasil*, como um recorte deste projeto.

Em seu currículo na Plataforma Lattes, encontramos a seguinte síntese¹⁴:

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1999), mestre em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1989) e graduada em Letras pela Universidade Metodista de São Paulo (1978). Atualmente é professora-titular da Universidade Metodista de São Paulo, onde faz parte deste programa desde 1999, orientando mestrandos e, a partir de 2005, orientando também doutorandos. A formação básica da pesquisadora justifica os trabalhos desenvolvidos na Comunicação, com ênfase na linguagem e no discurso. As publicações e orientações versam sobre o contexto midiático, seus discursos e suas linguagens, envolvendo o discurso educacional (principalmente na área de EAD), o publicitário, o jornalístico, o econômico, o rural, o político, o científico, entre outros.

Desde 2006, a estudiosa é bolsista da Capes no projeto “A Ciência no Brasil: um estudo da cobertura da revista *Scientific American Brasil*”, parte de um estudo mais amplo intitulado “Linguagens e discursos especializados na comunicação”. De acordo com informação em seu Lattes, o objetivo da pesquisa é

verificar qual a abordagem da ciência desenvolvida no Brasil que tem destaque nessa publicação. Da mesma forma, procura-se identificar qual é a imagem do cientista brasileiro construída por esse discurso da divulgação científica. O estudo é subsidiado pelas teorias da linguagem e do discurso, considerando as condições de produção da mensagem, as especificidades do veículo

¹⁴ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/1270011884916244>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

especializado, do conteúdo veiculado e do público a ser atingido. A revista se propõe publicar, em cada edição, um percentual de matérias com a cobertura de pesquisas desenvolvidas no Brasil. Pressupõe-se que essa seleção colabore para construir uma imagem do pesquisador nacional. A análise dos conteúdos veiculados e da forma como são veiculados permitirá compor um diagnóstico do perfil do cientista brasileiro e do discurso de divulgação dessa publicação.

Dentre suas publicações mais recentes, destacam-se o artigo “Publicidade e ciência: a gramática de produção do anúncio publicitário em *Scientific American Brasil*” (GONÇALVES, 2007, p. 67-79) e o livro *Propaganda & linguagem: análise e evolução* (GONÇALVES, 2006).

Prolegômenos para a constituição de uma teoria multidisciplinar da comunicação pública da ciência e da saúde – Isaac Epstein

Engenheiro civil que se rendeu à Filosofia, Isaac Epstein tem se dedicado a estudar os fenômenos da saúde e da ciência a partir da Comunicação. Seu projeto de pesquisa atual tem a seguinte ementa:

Os obstáculos à popularização da ciência, isto é, ao trânsito da informação produzida pelos cientistas para o público, são de natureza multidisciplinar: lingüística, epistemológica, sociológica, fenomenológica, de comunicação de massa etc. Em cada uma destas dimensões podem ser analisados fenômenos que, devido a algumas divergências entre as “culturas” dos cientistas e dos jornalistas e seus respectivos públicos, se refletem em seus modos de comunicação (interpares ou para o público leigo). É proposta uma matriz multidisciplinar com a finalidade de dar conta de e identificar alguns destes obstáculos ou destas inadequações, não apenas por análises conjunturais, mas a partir de uma visão estrutural e multidisciplinar. A verificação da matriz proposta é feita através da análise de cerca de duas dezenas de artigos “casados” primários (das revistas *Science* e *Nature*) e secundários (das revistas *Scientific American Brasil* e *Ciência Hoje*).

Em seu currículo na Plataforma Lattes encontramos a seguinte síntese¹⁵:

Possui graduação em Engenharia Civil pela Universidade de São Paulo (1950), especialização em Técnicas Modernas de Construção pela Association Pour L'Organisation Des Stages Dans L'Industrie Française (1963), mestrado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1983) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1991). Atualmente é professor-titular da Universidade Metodista de São Paulo, consultor *ad hoc* da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e parecerista sobre concessão de bolsas da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em teoria da comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, poder, linguagem, gramática, código forte e código fraco.

De suas publicações mais recentes destacam-se o artigo “Teorias da comunicação: muitas ou poucas?” (EPSTEIN, 2008, p. 211-216), a organização do livro *A comunicação também cura na relação médico-paciente* (EPSTEIN; SANCHES; MARCOLINO, 2006) e o capítulo de livro “Cibernética: a arte de guiar navios (e o Estado)” (EPSTEIN, 2008, p. 90-105). Desde 1998, ele lidera o projeto de pesquisa “ComSaúde”, sendo representante, no Brasil, do projeto “ComSalud para América Latina”, da Organização Pan-Americana de Saúde (Opas), em parceria com outras entidades. O ComSaúde, que realiza anualmente a Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde, promovida pela Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação, dedica-se à pesquisa sobre a divulgação da saúde na mídia, reunindo pesquisadores e profissionais desses dois campos de destacada relevância científica e social.

Divulgação científica e políticas de CT&I: discurso nuclear e imaginário social – Maria das Graças Conde Caldas

A convergência entre o jornalismo, a mídia e a ciência é o objeto desse projeto de pesquisa, que tem a seguinte ementa:

¹⁵ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/085041645860983>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

Este trabalho tem por objetivo avaliar como se articulam os diferentes discursos nucleares no País. Pretende verificar de que maneira a sociedade vem sendo informada pelos meios de comunicação sobre a política nuclear brasileira. Observará como se constrói, no imaginário social, a representação do fenômeno nuclear, tendo como referencial a retomada do Programa Nuclear Brasileiro em 2007 e sua inserção no Plano de Ações 2007-2010 – “Ciência, Tecnologia e Inovação”, do Ministério de Ciência e Tecnologia. A análise se faz a partir do levantamento da representação social desses discursos em diferentes segmentos da sociedade brasileira, segmentos esses que compõem e determinam as ações dos grupos sociais. Os principais atores sociais que integram o universo dessa pesquisa são: o governo, os políticos, os cientistas, os empresários do setor nuclear, ONGs e a mídia em geral. O trabalho se propõe, portanto, refletir sobre a articulação, a configuração e as representações sociais sobre o discurso nuclear brasileiro hoje em contraposição ao veiculado e percebido pela opinião pública na década de 1980.

Em seu currículo na Plataforma Lattes encontramos a seguinte síntese¹⁶:

Jornalista desde 1969. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ-1973). Atuou em vários veículos de comunicação, entre eles *Diário de Notícias* e *TV Globo* (Rio de Janeiro), *Folha de S. Paulo* e *Jornal do Brasil* (São Paulo), bem como nas assessorias de imprensa da Prefeitura de Campinas e da Universidade Estadual de Campinas (onze anos). Fez curso de Treinamento a Distância em Jornalismo Científico pela Capes (1982). Especialização em Comunicação Integrada pela Fundação Dom Cabral/PUC-Minas (1987). Mestre em Comunicação Científica e Tecnológica pela Universidade Metodista de São Paulo (1988), doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (1995) e pós-doutoranda no Departamento de Política Científica e Tecnológica do Instituto de Geociências da Unicamp

¹⁶ Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/4194056997420853>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

(2008). Desde 1997 é professora-pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), onde foi coordenadora do Curso de Jornalismo e diretora da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas. Foi diretora-acadêmica da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), da qual atualmente é diretora administrativa. Lidera o Grupo de Pesquisa Comunicação Científica e Tecnológica – Mídia e Poder, do CNPq. É professora-pesquisadora do curso de pós-graduação *lato sensu* em Jornalismo Científico do Labjor/Unicamp. Coordenou o curso de pós-graduação *lato sensu* em Jornalismo Contemporâneo das Faculdades Metropolitanas de Campinas (Metrocamp), onde atua, também, como coordenadora do curso de pós-graduação *lato sensu* em Gestão Estratégica de Comunicação Integrada: Comunicação e Cultura Multimídia e como coordenadora de Pesquisa e Extensão da instituição desde fevereiro de 2006.

Da produção recente da pesquisadora destacam-se os artigos “Comunicação a serviço público” (CALDAS; MIOTTO, 2007, p. 107-122) e “Política de C&T, mídia e sociedade” (CALDAS, 1998, p. 185-207), bem como o capítulo de livro “Comunicação, meio ambiente e mobilização social” (Caldas, 2006).

Comunicações e tecnologias digitais – Sebastião Carlos de Moraes Squirra

Telejornalismo, comunicação e jornalismo são as três principais palavras-chave na pesquisa de Sebastião Squirra. Conhecido por ter sido um dos pioneiros nos estudos de Comunicação e Tecnologias Digitais, ele lecionou na Universidade de São Paulo de 1986 a 1998, onde ministrou a disciplina Jornalismo Eletrônico. Foi responsável pela implantação de Jornalismo Online quando passou a integrar o corpo docente da Universidade Metodista de São Paulo. Seu atual projeto de pesquisa tem a seguinte ementa:

O recorte da pesquisa delimita como território analítico as manifestações comunicacionais viabilizadas pelas tecnologias digitais. Tem como objetivo principal realizar análises que permitam

contextualizar e mapear os processos das redes sociais digitais, centrando-se nos consumidores de informação e de bens tecnológicos de comunicação. Tal cenário se materializa nas plataformas de acesso e conexão com os múltiplos e dinâmicos equipamentos e suportes midiáticos da modernidade. Tem ainda como objetivo estudar e inventariar as dinâmicas de utilização dos recursos portáteis e de conexão em redes presentes no território da cibercomunicação, com destaque para o universo da comunicação móvel e da tevê digital interativa.

Em seu currículo na Plataforma Lattes encontramos a seguinte síntese¹⁷:

Concluiu o doutorado (1992) e o mestrado (1988) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Fez pós-doutorado nos Estados Unidos e na Espanha (1995-1996). Atualmente é docente da Universidade Metodista de São Paulo, onde atua como coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (mestrado e doutorado) e é diretor da Faculdade de Comunicação Multimídia. Publicou cinco livros, 21 artigos em periódicos especializados, 13 capítulos de livros e 23 textos em jornais e revistas, além de ter organizado uma coletânea. Apresentou 61 trabalhos e participou de 81 eventos científicos. Participou do desenvolvimento de 22 produtos tecnológicos e de sete eventos no exterior e 32 no Brasil. Orientou quinze dissertações de mestrado e cinco teses de doutorado, além de ter orientado dez trabalhos de conclusão de curso na área de Comunicação. Recebeu um prêmio e/ou homenagem. Atua na área da comunicação eletrônica (jornalismo, mídias e RTV), com foco na cibercomunicação.

Squirra também é líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Tecnologias Digitais (Comtec), criado por ele em 2004 com o objetivo de estudar a comunicação social e suas formas de difusão digital, seus efeitos e suas perspectivas. Sobre as pesquisas desenvolvidas pelo Comtec, seu currículo Lattes informa:

¹⁷ Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/0450856133137226>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

Diversos segmentos da sociedade contemporânea evidenciam fortíssima presença de volume expressivo de sistemas tecnológicos – sobretudo digitais – cujas manifestações mais constantes se caracterizam como processos de comunicação através da interação homem-máquina. No processo de produção e difusão de produtos comunicacionais eletrônicos tornou-se inquestionável a utilização de ágeis e eficientes equipamentos de conexão em redes e em tempo real, do entretenimento digital, da cibercomunicação, da virtualidade da expressão e da recriação não-linear das manifestações humanas, possibilidades estas permitidas pela contínua e dinamicamente crescente informatização da vida social. O surgimento deste cenário fez aflorar novos modelos comportamentais, trazendo consigo nova conceituação teórica e metodológica, fundamental para a compreensão desse fenômeno. Essa nova configuração da área representa um importante instrumento no moderno processo eletrônico de comunicação, onde as conquistas tecnológicas na área da informática têm proporcionado crescentes – e cada vez mais rápidas – condições de expansão aos diversos meios de comunicação, tanto de massa quanto individuais. O mundo está conectado eletronicamente, proporcionando ao computador primazia no atendimento dos desejos reprimidos de milhões de consumidores. Na moderna comunicação mundial, a era da informática proporciona que uma miríade de informação seja transmitida diretamente de e para terminais de vídeo, dos fornecedores de serviços para as casas dos usuários. Dessa forma, um volume cada vez maior de informações passou a fazer parte do cotidiano de número significativo de cidadãos nas principais cidades desenvolvidas. Este é o segmento que pretendemos focar, a partir de pesquisas centradas nas tecnologias digitais presentes nos segmentos tradicionalmente recortados pelos investigadores da comunicação.

Os livros que publicou têm os seguintes títulos: *Jornalismo online* (SQUIRRA, 1998); *Telejornalismo: memórias – I* (SQUIRRA, 1997); *O século dourado: a comunicação eletrônica nos EUA* (SQUIRRA, 1995); *Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro* (Squirra, 1993); e *Aprender telejornalismo* (SQUIRRA, 1989).

Por último, este breve panorama sobre as contribuições dos docentes do Programa de Pós-Graduação da Metodista não estaria completo sem uma menção a Anamaria Fadul, recentemente aposentada, que fez parte do PósCom desde 1996. Com graduação, mestrado, doutorado e livre-docência em Filosofia, pela Universidade de São Paulo, além de estudos pós-doutorais na Università degli Studi di Roma, sua atuação se desenvolveu no campo da Comunicação, sobre cuja temática versaram sua tese de doutorado, *O futuro no presente: perspectiva para uma teoria da comunicação*, e sua tese de livre-docência, *Os meios de comunicação de massa: um desafio à Igreja – O São Paulo (1979-1985)*. Foi presidente da Intercom no período 1983-1985, sendo atualmente presidente de seu conselho curador.

Referências

BUENO, W. C. *Comunicação, jornalismo e meio ambiente*. São Paulo: Mojoara, 2007a. 200 p.

_____. *Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica*. São Paulo: Mojoara, 2007b. 200 p.

CALDAS, M. G. C. Comunicação, meio ambiente e mobilização social. In: MIOTTO, L.; (org.). *Comunicação, ambiente e cultura*. Campinas: Átomo Alínea, 2006. v. 3.

_____. Política de C&T, mídia e sociedade. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista, v. 30, p. 185-207, 1998.

CALDAS, M. G. C.; MIOTTO, L. B. Comunicação a serviço público. *Comunicação, Cultura & Cidadania*, v. 2, p. 107-122, 2007.

DONSBACH, W. *The International Encyclopedia of Communication*. v. 2. Oxford (Inglaterra): Wiley Blackwell, 2008.

EPSTEIN, I. Teorias da Comunicação: muitas ou poucas? *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista, v. 49, p. 211-216, 2008.

_____. Cibernética: a arte de guiar navios (e o Estado). *Memória do Futuro*, São Paulo, Itaú Cultural, p. 90-105, 2008.

EPSTEIN, I. et al. (orgs.). A comunicação também cura na relação médico-paciente. São Paulo: Angellara, 2006. 206 p.

FARO, J. S. Jornalismo cultural: informação e crítica, mais que entretenimento. *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*, São Bernardo do Campo, Fajorp-Umesp, v. 4, p. 75-88, 2007.

_____. *Realidade, 1966-1968*: tempo da reportagem na imprensa brasileira. Porto Alegre: Ula/AEG, 1999.

_____. *A universidade fora de si*: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom/Alaic, 1992.

GALINDO, D. S. O sagrado na passarela. *Estudos de Religião*, São Bernardo do Campo,

_____. & GUSSO, A. C. Quando o sagrado vira moda. In: MARQUES DE MELO, J.; JOSÉ GOBBI; M. C.; ENDO, A. C, B. (orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.

_____. & SANTINI, A. H. Criança-Esperança: exemplo do marketing de causas sociais, articulado pelas relações públicas. In: MOURA, C. P. de (org.). *História das relações públicas*: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: Edípucrs, 2008.

GONÇALVES, E. M. Publicidade e ciência: a gramática de produção do anúncio publicitário em *Scientific American Brasil. Comunicação Midiática*, v. 8, p. 67-79, 2007.

_____. *Propaganda & linguagem*: análise e evolução. São Bernardo do Campo: Metodista, 2006. 191 p.

MARQUES DE MELO J. Brazil: media system. In: DONSBACH, W. *The International Encyclopedia of Communication*. v. 2. Oxford: Wiley Blackwell, 2008. p. 365-370.

MARQUES DE MELO, J. QUEIROZ, A. Comunicação mini-regional I: singularidades da imprensa regional paulista, v.1, p. 209-218, 2006.

_____. & _____. *Identidade da imprensa brasileira no final de século*: das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e às ancoragens culturais. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco-Metodista / Editora Metodista, 1998. 277 p.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Lumina*, v. 1, p. 1-29, 2007a.

_____. *Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007b. 197 p.

_____. *Comunicação nos movimentos populares*: a participação no exercício da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

- _____. O lugar da comunicação comunitária nas políticas de comunicação no Brasil. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 17, 2008. *Anais...* São Paulo: Compós, 2008.
- QUEIROZ, A.; ARAUJO, D. C. de; MACHADO, M. B. (orgs.). *História, memória e reflexões sobre a propaganda no Brasil*. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. 304 p.
- REIMÃO, S. *Livros e televisão: correlações*. São Paulo: Ateliê, 2004.
- _____. (org.). *Televisão na América Latina: sete estudos*. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista, 2000. 200 p.
- _____. *Mercado editorial brasileiro*. São Paulo: ComArte/Fapesp, 1996.
- SQUIRRA, S. C. M. *Jornalismo online*. São Paulo: Arte e Ciência, 1998. 150 p.
- _____. *Telejornalismo: memórias – I*. São Paulo: ECA-USP, 1997. 200 p.
- _____. *O século dourado: a comunicação eletrônica nos EUA*. São Paulo: Summus, 1995. 144 p.
- _____. *Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1993. 206 p.
- _____. *Aprender telejornalismo*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989. 187 p.