

Katarini Miguel

É jornalista, mestre em comunicação pela Unesp/Bauru, doutoranda em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo, bolsista CNPq, membro do grupo de pesquisa Comunicação e Linguagem. Brasil. E-mail: k-miguel@uol.com.br.

Resenha

**Memória, história e trajetória
por um estatuto
da comunicação** **279**

Resenha do livro: CASTRO, D.; MELO, J. M; CASTRO C. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil.** Brasília: Ipea, 2010. 2v.

Lançado oficialmente em janeiro de 2011, *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil* entra em cena como mais uma coletânea de comunicação, mas com a proposta de traçar a trajetória do setor em diferentes dimensões técnicas e teóricas, considerando a indústria da comunicação, as pesquisas, os profissionais da área e as tendências. Com o apoio do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e em parceria com a Socicom (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação), a obra foi organizada pelos professores da área Daniel Castro, José Marques de Melo e Cosette Castro, e reúne estudiosos da comunicação, mestres e doutores, que, segundo informações do próprio IPEA, foram selecionados por meio de chamada pública para participar da pesquisa que resultou neste amplo e substancial material.

Já é conhecido o esforço do professor Marques de Melo em cancelar epistemologicamente o campo da comunicação no Brasil, estendendo-se para a América Latina, com obras, também organizadas e coordenadas por ele, que vão ao encontro da presente publicação, como a *História do pensamento comunicacional* (Paulus, 2003) e *O campo da comunicação no Brasil* (Vozes, 2008) para citar apenas dois exemplos. Trata-se, agora, de quatro volumes sobre

comunicação e telecomunicações, sendo o primeiro dividido em duas partes: as tendências nas telecomunicações e um panorama das indústrias criativas e de conteúdo. O segundo volume, do qual se tratará especificamente aqui, tem a missão de resgatar a memória das associações científicas e acadêmicas de comunicação no País, que não só ganharam força nas últimas décadas, mas contribuíram para a legitimação do campo como ciência. Por sua vez, a terceira publicação traz dados parciais de pesquisas que indicam o estado da arte da comunicação, no sentido de levantar e informar o número de faculdades e cursos de pós-graduação em comunicação no País, as profissões existentes e em crescimento na área e as novas competências necessárias para um mercado que cresce em conteúdo e serviços digitais, comparando também com a dinâmica de outros países. Todo o conteúdo está disponível na versão impressa, mas também digital, por exemplo: <http://agencia.ipea.gov.br/images/stories/PDFs/Panorama_da_Comunicacao_e_das_Telecomunicaes_no_Brasil_-_Volume_2.pdf>.

O volume *Memórias das associações científicas e acadêmicas de comunicação no Brasil* traz, em 13 capítulos, uma ampla reflexão, discussão e, sobretudo, descrição das diversas comunidades acadêmicas. É escrito por pesquisadores renomados de diferentes redes, sociedades e associações da comunicação que compartilharam suas experiências, em especial na fundação, desenvolvimento e manutenção destas entidades que contribuem sobremaneira para consolidação do campo da comunicação no Brasil, como fica claro a cada página virada. A obra também valoriza pesquisadores ao denominar quem é quem e

onde estão situados nas ciências comunicacionais, e não só pela autoria dos artigos, mas porque muitos dos autores optaram por citar nominalmente quem integra, colabora e participa de cada associação. A proposta final é louvável: pensar a formulação de políticas públicas para o setor, com conhecimento de base, o que vai ao encontro da missão do próprio IPEA, que busca “produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas” (www.ipea.gov.br). Mas, antes disso, o material em questão contribui para marcar epistemologicamente o campo, evidenciando tradição, ainda que tímida, da pesquisa em comunicação no Brasil, que se intensifica a cada ano. Dados constantes na obra, a partir de levantamento Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) 2007-2009, mostram que a área de comunicação formou, nos últimos 14 anos, 4.991 mestres e 1.719 doutores, em 39 programas de pós-graduação em comunicação ou em áreas diretamente relacionadas. O crescimento também pode ser facilmente notado pelos gráficos, quantificações, tabelas referentes à participação em congressos, submissão de *papers*, e aqui avaliando especificamente a pesquisa científica construída no âmbito da pós-graduação.

A trajetória tem início com texto de apresentação justificando o estudo e relatando a emergência do campo da comunicação no Brasil, que precisa consolidar seu estatuto com pesquisas que compreendam a abrangência da área, seu enfoque interdisciplinar e multifacetado. “Toda esta confluência de elementos presentes nos estudos dos fenômenos da comunicação de massa tem propiciado a proliferação de numerosos enfoques” (GOBBI, 2010, p. 21). Este

diferencial, ao mesmo tempo que cria obstáculos, é também o fator enriquecedor das pesquisas, vale destacar. Mas a estrada percorrida é curta. A autora lembra que a pesquisa na América Latina vem se consolidando apenas nos últimos 50 anos, inclusive no Brasil, que criou, nessa época, os primeiros cursos superiores na área da Comunicação e Jornalismo, com mais ênfase neste último.

O primeiro capítulo trata da criação da Socicom e de seu papel estratégico, embora recente, uma vez que a associação foi criada em 2008. Com 14 importantes afiliadas, já institucionalmente consolidadas, a associação mostra trabalho efetivo, com a parceria firmada com o IPEA, por intermédio da Secretaria de Assuntos Estratégicos, para publicação desta obra. Segue, na pauta seguinte, o registro da mais antiga e tradicional sociedade científica em atuação, fundada entre as décadas de 1960 e 1970, a tradicional Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), em um texto escrito pelo professor e um dos fundadores José Marques de Melo, centrado na histórica fundação da entidade, a partir de suas precursoras, até o perfil atual da Intercom e suas conquistas. A criação da Compôs (Associação Nacional das Pós-Graduações em Comunicação) também está presente, com amplas tabelas e gráficos, detalhando os programas de mestrado e doutorado, mas ressaltando também os desafios, antecedentes, tendências e perspectivas de uma comunidade que atua diretamente com a pesquisa, em um circuito conhecido por ser bastante rigoroso e até fechado, mas que há 20 anos reúne os programas científicos da área.

Não fica de fora a SBPJor (Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo), que tem como

alvo o desenvolvimento de pesquisas exclusivamente com o jornalismo, o que, segundo o próprio artigo, aumentou vertiginosamente no Brasil nos últimos 10 anos, inclusive, com programas de pós-graduação específicos na área, como é o caso da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), que conta com mestrado em jornalismo. Esta demanda mostrou a necessidade de reunião e reflexão com os professores da área, o que foi possível com a fundação, em 1994, do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, que continua ativo para compartilhar conhecimentos e práticas didáticas e estuda agora a criação de uma Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo. Esta proposta vem a calhar e deve ser reproduzida para outros ensinos da comunicação. Nota-se aqui, porém, uma descrição excessiva, muitas vezes para marcar território e ressaltar a relevância do tópico, mas que certamente pode ser mais bem configurada, levantando mais reflexões sobre o objeto jornalismo e suas demandas.

O mesmo acúmulo pode ser visto nos capítulos sobre a ABES (Associação Brasileira de Estudos da Semiótica), que propõe resgatar a criação e consolidação da entidade, mas pouco discute o foco da semiótica na comunicação para pontuar os congressos realizados, locais e datas com informações, muitas vezes, reiteradas. O cinema e o audiovisual também compõem o documento, por meio de textos sobre a Socine (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual), criada em 1996. Na descrição, incorreu-se no mesmo excesso de denominações, enquanto apenas margeou questões mais teóricas e substanciais para área do audiovisual. As relações públicas são lembradas, tratando da evolução e das

perspectivas do campo acadêmico pela Abrapcorp (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas). Neste caso, a repetição de informações, ainda que incômoda, pode se dar pela própria liquidez da área de RP, que pretende se legitimar, além de que, em muitos casos, as perspectivas do campo estão relacionadas com a fundação e consolidação da Abrapcorp.

O item da Economia Política da Comunicação – EPC – recente no Brasil, deixa evidente a insuficiência de abordagens estritamente econômicas e tecnicistas, para pregar um tratamento interdisciplinar e heterodoxo nas pesquisas, abarcando disciplinas como economia, sociologia e política. Segue texto sobre a institucionalização da Ulepicc (Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação) com recorte adequado e explicando conceitos para entender melhor a área em questão. A recente Abciber (Associação Brasileira de Cibercultura), criada em 2006, adentra um campo recente, mas que já ostenta pesquisas de respeito, relatadas não só em seu aspecto científico, mas pela postura ativista, por exemplo, com a publicação da “nota pública em defesa da liberdade na internet”, mostrando que as entidades podem e devem sair do espaço da abstração para atuar diretamente em políticas públicas de comunicação, além de produzir e disponibilizar pesquisas, como é também o caso da associação.

A entidade que retoma justamente os processos históricos da comunicação, objeto que sempre foi pauta ou permeou as pesquisas na área, a Alcar (Associação Brasileira dos Pesquisadores de História da Mídia) só ganhará institucionalização em 2008, apesar de ter percorrido uma década idealizando a

proposta, como é descrito no capítulo bem denominado de “Pragmatismo utópico”. O Politicom (Seminário Brasileiro de Marketing Político) é colocado numa perspectiva diferenciada, porque não só cita dados, mas traz importante contextualização que enriquece o capítulo. O mesmo ocorre na abordagem da Folkcomunicação na qual se explica devidamente o teor da primeira teoria genuinamente brasileira, pelas mãos de Maciel (2010, p. 249) “É o estudo dos procedimentos comunicacionais pelas quais as manifestações da cultura popular se expandem [...] sofrem modificações por influência da comunicação massificada ou industrializada ou se modificam”. Porém, apesar da contextualização necessária, os dois capítulos sobre o assunto reprisam-se em muitas informações e evidenciam excedentes de descrição.

Os excessos descritivos são o grande gargalo da obra, mas não tiram seu mérito. Compreende-se a importância da quantificação para oferecer dados objetivos e facilmente visualizáveis a respeito das produções na área, mas a numeração, quantificação, relação e repetição de dados entre um capítulo e outro prejudicam a otimização, a objetividade do texto e, inclusive, a coerência acadêmica, em uma obra que discute justamente o topo das pesquisas no Brasil. Obviamente, notam-se esforços não só de descrição, mas também de contextualização, explicação do mote e do fenômeno, ainda que em poucas linhas, valorização das universidades, programas de pós e pesquisas realizadas, mesmo que em menor escala. Convém lembrar que esta não é uma obra isolada, mas que consta de outros volumes que, segundo o IPEA, devem ser periodicamente atualizados, o que facilitará a renovação de dados quantitativos e possi-

bilitará também uma revisão qualitativa. A dinâmica da comunicação não só pede como exige isso: construir, renovar conhecimentos, promover debates, reflexão, aperfeiçoar o campo. Sempre.

288