

## A ESCOLA LATINO-AMERICANA DE COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO BRASILEIRO: PANORAMA DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO PAULISTAS

*Francisco de Assis<sup>1</sup>, José Marques de Melo<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Universidade Metodista de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Travessa Raphael, 157, centro, Taubaté (SP), e-mail: francisco-nupec@uol.com.br

<sup>2</sup>Rua do Sacramento, 230, Rudge Ramos, São Bernardo do Campo (SP), e-mail: marquesmelo@uol.com.br

**Resumo:** O trabalho busca identificar as atuais tendências da Escola Latino-Americana de Comunicação (Elacom) no contexto brasileiro, tendo como pano de fundo as vanguardas paulistas, ancoradas nos programas de pós-graduação *stricto sensu* da área. A elaboração de um diagnóstico situacional das tendências de cada matriz teve como parâmetro as bases cognitivas adotadas por cada programa. A sistematização obedeceu a um quadro definido previamente pelo professor José Marques de Melo, para quem tais espaços podem ser divididos em três segmentos: vanguardas históricas, vanguardas ascendentes e vanguardas emergentes. Trata-se de um estudo de natureza bibliográfica que se valeu, também, da análise de conteúdo. Os principais resultados apontam uma forte disposição, nesses ambientes, às pesquisas voltadas à comunicação midiática.

**Palavras-chave:** Elacom; pensamento comunicacional; programas de pós-graduação; vanguardas paulistas.  
**Área do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas/ Comunicação/ Teoria da Comunicação.

### Introdução

A trajetória da Escola Latino-Americana de Comunicação (Elacom) tem sido marcada, nas últimas cinco décadas, por uma mestiçagem teórico-metodológica ancorada em referenciais norte-americanos (funcionalistas) e europeus (críticos) (LEÓN DUARTE, 2007). A constituição de um espaço híbrido, portanto, é a principal característica dessa corrente do pensamento comunicacional, cuja organização também se difere das demais escolas do campo<sup>1</sup>, como a Birmingham (Inglaterra) ou a de Frankfurt (Alemanha): na América Latina, os pensadores não se reúnem num espaço comum; ao contrário, cada um deles age em seu próprio país, dialogando com os demais pesquisadores somente em ocasiões específicas (GOBBI, 2002), como em congressos ou em reuniões, ou por meio do intercâmbio bibliográfico, o qual se dá pelas revistas científicas, por livros e por suportes semelhantes.

Desde os primórdios da pesquisa em comunicação na América Latina, o Brasil tem oferecido significativas contribuições à área, por meio, principalmente, da obra de pesquisadores que se destacam por suas idéias e reflexões a

respeito dos fluxos comunicacionais, como é o caso do pioneiro Luiz Beltrão<sup>2</sup>. Além disso, desde a década de 1990, a comunidade acadêmica brasileira tem assumido a liderança da Elacom (SOUSA, 2006), por uma série de motivos, dentre os quais a realização de congressos internacionais e a consolidação do campo por meio da atuação de organizações como a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e a Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação).

Também há de se notar que os brasileiros vêm conquistando certo espaço na Elacom em virtude da produção científica de professores e de alunos dos programas de pós-graduação *stricto sensu* espalhados pelo país. Segundo dados do Ministério da Educação<sup>3</sup>, são 34 os cursos da área recomendados e reconhecidos pela Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Desse montante, 12 (35%) funcionam em instituições de ensino superior localizadas no Estado de São Paulo, representando, então, o maior contingente do

<sup>1</sup> Aqui, utiliza-se o termo campo no sentido dado por Bordieu (1983), para quem tal espaço não é apenas definido por suas características socioculturais, mas também se distingue como sendo um conjunto de métodos, estratégias e objetos legítimos de discussão.

<sup>2</sup> Luiz Beltrão de Andrade Lima tornou-se o primeiro a receber o título de Doutor em Comunicação no Brasil tendo defendido sua tese "Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de idéias", em 1967, na Universidade de Brasília (UnB).

<sup>3</sup> Disponibilizados no site [www.capes.gov.br/avaliacao/recomendados.html](http://www.capes.gov.br/avaliacao/recomendados.html).

cenário brasileiro das ciências da comunicação.

Partindo dessas premissas, esta pesquisa tem como objetivo identificar as atuais tendências da Elacom no contexto brasileiro, tendo como referencial as áreas de concentração e as linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação paulistas. Dessa forma, contribui para com o esforço dos pesquisadores da região latino-americana que, desde a década de 1970, têm se dedicado à sistematização da produção científica na área, a fim de manter viva e atualizada a memória das ciências da comunicação.

## Metodologia

A articulação das idéias disseminadas nos programas de pós-graduação em comunicação do Estado de São Paulo obedeceu, num primeiro momento, à proposta de classificação elaborada pelo professor José Marques de Melo, que divide tais vanguardas em três segmentos: históricas, ascendentes e emergentes<sup>4</sup>.

Tendo como base tais categorias, o primeiro procedimento metodológico cumprido foi a identificação dos cursos junto ao portal da Capes. Em seguida, fez-se uma triagem das instituições paulistas, localizando, também, seus respectivos sites. Com base nessas informações, chegou-se, então, aos quadros de identificação do objeto de estudo, apresentados aqui nas Tabelas 1, 2 e 3.

O passo seguinte foi o da identificação das áreas de concentração dos 12 programas e de suas respectivas linhas de pesquisa, dados que orientaram a elaboração da Tabela 4.

Seguindo as orientações metodológicas de Bardin (1977), além da pré-análise e da exploração do material, etapas já descritas, a pesquisa ainda cumpriu a terceira fase do processo de análise de conteúdo que, conforme orienta a autora, corresponde ao tratamento dos resultados, isto é, na inferência, na interpretação e na análise dos dados. Assim, pode-se estabelecer alguns pontos de reflexão, os quais estão devidamente sinalizados no decorrer deste artigo<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Algumas discussões em torno das Vanguardas Paulistas foram levantadas durante o 12º Colóquio Internacional Sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom), promovido entre os dias 6 e 7 de maio de 2008 na Universidade Metodista de São Paulo (Unesp), em São Bernardo do Campo (SP). Na ocasião, representantes dos programas abordados neste texto e do novo curso de mestrado em “Televisão Digital: Informação e Conhecimento”, que será implantado este ano na Universidade Estadual Paulista (Unesp), de Bauru (SP), esboçaram um panorama do que tem sido investigado nesses espaços, em painéis divididos conforme a classificação de Marques de Melo.

<sup>5</sup> As datas de criação dos programas foram retiradas de seus respectivos sites institucionais.

Tabela 1 – Vanguardas históricas

Programa	Instituição	Criação
Comunicação e Semiótica	PUC-SP	1970
Ciências da Comunicação	USP	1972
Comunicação Social	Unesp	1978

Tabela 2 – Vanguardas ascendentes

Programa	Instituição	Criação
Multimeios	Unicamp	1986
Comunicação	Unip	1997
Comunicação	Unesp	2001
Comunicação	Facasper	2006

Tabela 3 – Vanguardas emergentes

Programa	Instituição	Criação
Comunicação	Unimar	2000
Comunicação	Anhemi/ Morumbi	2006
Comunicação e práticas de consumo	ESPM	2006
Imagem e Som	UFSCAR	2007
Comunicação e Cultura	Uniso	2008

## Discussões

Os dados distribuídos nas quatro tabelas apresentadas<sup>6</sup> oferecem algumas pistas para a compreensão do objeto de estudo. Em primeiro lugar, como é praticamente obvio de se dizer, pela observação da grade nº 4, apenas a USP mantém mais de uma linha de pesquisa e, por consequência, cultiva um maior número de linhas de pesquisa (9, no total). Tal característica tem marcado a trajetória de seu programa em Ciências da Comunicação, que no passado chegou a ter número superior referentes a esses aspectos.

No plano geral, as 14 áreas de concentração identificadas podem ser concentradas em 7 categorias, elaboradas conforme suas principais abordagens: mídia (5; 37%), processos e interfaces (2; 14%), cultura (2; 14%), contemporaneidade (2; 14%), teoria (1; 7%), consumo (1; 7%) e audiovisual (1; 7%). Já as linhas, que totalizam 33, podem ser aglutinadas em dois macro-descritivos: mídia (20; 61%) e aspectos reflexivos da comunicação (13; 39%).

<sup>6</sup> Por motivo de organização, a Tabela 4 não foi disponibilizada na seqüência das três primeiras, mas figura na página seguinte.

Tabela 4 – Áreas de concentração e linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação estudados

<b>Programa</b>	<b>Áreas de Concentração</b>	<b>Linhas de Pesquisa</b>
Comunicação e Semiótica (PUC)	1) Signo e significação nas mídias	1) Cultura e ambientes midiáticos 2) Processos de criação nas mídias 3) Análise das mídias
Ciências da Comunicação (USP)	1) Teoria e pesquisa em comunicação 2) Estudo dos meios e da produção mediática 3) Interfaces sociais da comunicação	1) Epistemologia, teoria e metodologia da comunicação 2) Estética e história da comunicação e linguagem 3) Produção de sentido em comunicação 4) Comunicação impressa e audiovisual e técnicas 5) Poéticas da comunicação 6) Comunicação e cultura 7) Políticas e estratégias de comunicação 8) Educomunicação 9) Tecnologias da Comunicação e Redes Interativas
Comunicação Social (Umesp)	1) Processos comunicacionais	1) Comunicação massiva 2) Comunicação especializada
Multimeios (Unicamp)	1) Multimeios	1) História, estética e domínios de aplicação do cinema documentário e da fotografia 2) Cinema Ficcional: história e processos criativos
Comunicação (Unip)	1) Comunicação e cultura midiática	1) Configuração de linguagens e produtos audiovisuais na cultura midiática 2) Contribuições da mídia para a interação entre grupos sociais
Comunicação (Unesp)	1) Comunicação midiática	1) Gêneros e formatos na cultura midiática 2) Produção de sentido na comunicação midiática 3) Gestão da informação e comunicação midiática
Comunicação (Facasper)	1) Comunicação na contemporaneidade	1) Processos midiáticos: tecnologia e mercado 2) Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento
Comunicação (Anhembi/ Morumbi)	1) Comunicação contemporânea	1) Análises em imagem e som 2) Mediação, tecnologia e processos sociais
Comunicação (Unimar)	1) Mídia e cultura	1) Ficção na mídia 2) Produção e recepção de mídia
Comunicação e Cultura (Uniso)	1) Comunicação e cultura	1) Teorias da comunicação e da cultura 2) Análise de processos e produtos mediáticos
Comunicação e práticas de consumo (ESPM)	1) Comunicação e práticas de consumo	1) Impactos socioculturais da comunicação orientada para o mercado 2) Estratégias de comunicação e produção de mensagens midiáticas voltadas às práticas de consumo
Imagem e Som (UFSCAR)	1) Imagem e Som	1) Narrativa audiovisual 2) História e políticas do audiovisual

A título de explicação, vale dizer que os macro-descritivos identificados nessa proposta classificatória podem ser subdivididos de acordo com os enfoques dados pelos programas. O primeiro deles, então, pode ser dividido em estudos sobre meios impressos e eletrônicos, produção, recepção, audiência, criação, segmentação, produtos ficcionais, gêneros e formatos, gestão, mercado e ações estratégicas. Já o segundo macro-descritivo compreende teoria, epistemologia, estética, linguagem, políticas e estratégias, aspectos educativos, tecnologia e história.

Como pode ser percebido pelos dados quantitativos, anteriormente apresentados, a maior parte das linhas de pesquisa refere-se essencialmente ao estudo da comunicação midiática, entendido aqui como o tipo de investigação voltada para o objeto técnico e aspectos co-relacionados a ele. Na outra parte, que apresenta menor representatividade, há espaço para reflexões mais teóricas a respeito dos paradigmas comunicacionais, mas que, em alguns momentos, certamente esbarram na mídia.

Percebe-se, também, que nenhuma das linhas de pesquisa está claramente voltada para o jornalismo, mesmo sendo este o objeto de estudo mais explorado nas escolas de comunicação do Brasil (FADUL, 2003). Entende-se, porém, que sua representatividade esteja diluída entre os eixos identificados.

Outro aspecto importante é que nenhum programa demonstra interesse pelos estudos de comunicação interpessoal, os quais, pelo menos numa observação preliminar, parecem estar fadados ao abandono.

Aspectos sociais da comunicação também aparecem mais de uma vez na Tabela 4, como pode ser facilmente visualizado. Além disso, também é notável a vinculações de vários tópicos à cultura, tanto nas áreas de concentração, quanto nas linhas.

Embora sejam listados a partir três momentos diferentes (históricos, ascendentes e emergentes), os programas apresentam equilíbrio no que diz respeito às linhas de pesquisa. Apenas no tocante às áreas é que se percebe questões voltadas à contemporaneidade e à cultura como agendas mais características da segunda e da terceira classe, mais especificamente na última delas.

Dentro do panorama da Escola Latino-Americana de Comunicação, os cursos de mestrado e doutorado paulistas parecem acompanhar o movimento continental no qual se situam. Autores, como León Duarte (2007) e Sousa (2006) têm identificado, em seus estudos, o forte interesse da comunidade acadêmica da área, no referido contexto, aos estudos voltados aos meios.

## Considerações finais

A reflexão ora apresentada trata-se de um estudo eminentemente positivista que não tem a pretensão de caracterizar-se como indicador crítico sobre o trabalho desenvolvido pelos grupos comunicacionais de São Paulo. Ao contrário, busca, exclusivamente, estabelecer parâmetros para a compreensão deste cenário, situando-o numa perspectiva maior.

Conforme assegura Fadul (2003, p. 107), pesquisas em torno de produções acadêmicas e de linhas de pesquisa possibilitam verificar os avanços e o acúmulo do conhecimento científico no Brasil, que, segundo a autora, é “um dos países da América Latina que mais avançou na pesquisa, exatamente pela força dos programas de pós-graduação...”.

O trabalho quer dar início a uma série de estudos sobre a pós-graduação *stricto sensu* (em comunicação) do país, na esperança de, ainda, oferecer novos aportes ao pensamento comunicacional latino-americano.

## Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq – Brasil), que financiou esta pesquisa.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

FADUL, A. Matrizes comunicacionais: taxionomia de teses e dissertações – 1998-2002. **Comunicação & Sociedade**: revista do Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, ano 25, n. 40, p. 95-108, 2º sem. 2003.

GOBBI, M. C. **Escola Latino-Americana de Comunicação**: o legado dos pioneiros. 2002. 583 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2002.

LEÓN DUARTE, G. A. **Escola Latino-Americana de Comunicação**: a nova hegemonia. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/ Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2007.

SOUSA, J. P. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.