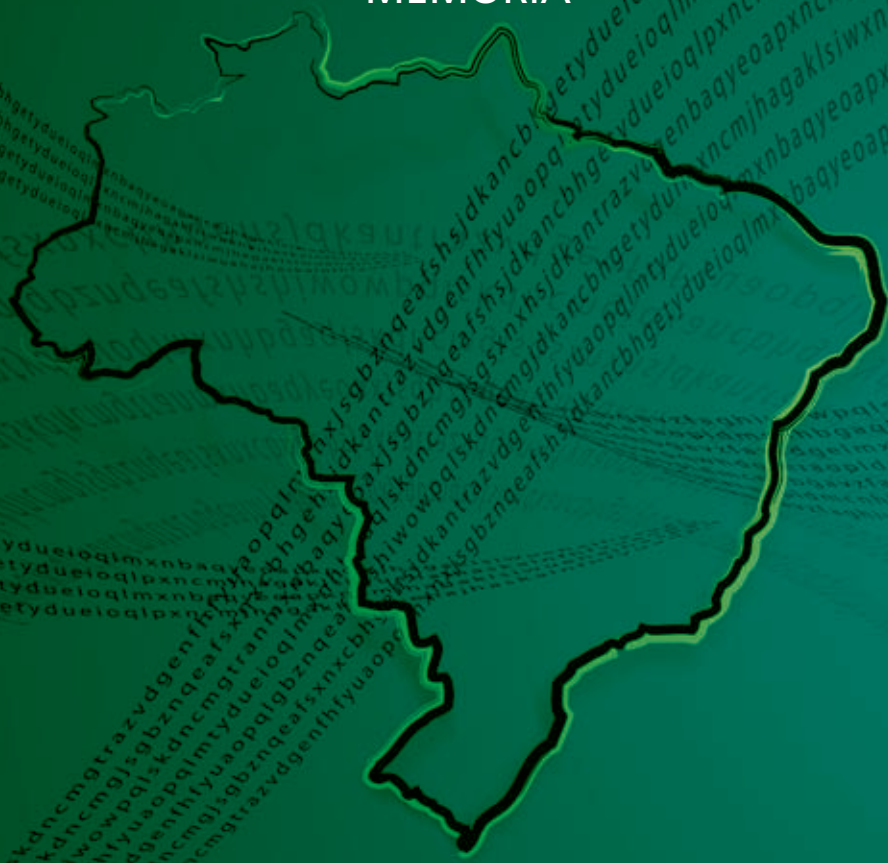


PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA



VOLUME 3



Brasília-DF
2012



PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA



VOLUME 3

Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

Ministro Wellington Moreira Franco

ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente

Marcio Pochmann

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Geová Parente Farias

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais, Substituto

Marcos Antonio Macedo Cintra

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia

Alexandre de Ávila Gomide

Diretora de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Vanessa Petrelli Corrêa

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Francisco de Assis Costa

Diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura

Carlos Eduardo Fernandez da Silveira

Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Jorge Abrahão de Castro

Chefe de Gabinete

Fabio de Sá e Silva

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação

Daniel Castro

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação



Presidente

José Marques de Melo

Vice-Presidente

Ana Silvia Lopes Davi Médola

Diretora Administrativa

Anita Simis

Diretora Relações Internacionais

Margarida Maria Krohling Kunsch

Diretor de Relações Nacionais

Elias Gonçalves Machado

Site: www.socicom.org.br

Socicom

Federação Brasileira das Associações
Científicas e Acadêmicas de Comunicação
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 2050, 3º.

Andar – Bela Vista, SP

CEP 01318-002

E-mail: socicom@hotmail.com

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA

Organizadores

Daniel Castro

José Marques de Melo

Editora

Marialva Carlos Barbosa

Editores Associados

Maria Berenice da Costa Machado

Igor Sacramento

VOLUME 3

ipea

Brasília, 2012

Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil / organizadores: Daniel Castro, José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2012.
4 v. : gráfs., tabs.

Inclui bibliografia.

Conteúdo: v. 1. Indicadores.- v. 2. Flagrantes.- v. 3. Memória.- v. 4. Tendências.
ISBN 978-85-7811-137-3

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Análise Histórica. 4. Brasil. I. Castro, Daniel. II. Melo, José Marques de. III. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

HISTÓRIA AUTORAL

Aline Strelow*

A história da pesquisa em comunicação no Brasil, que se consolida na segunda metade do século XX, tem sua origem conhecida no texto do cômico J. C. Fernandes Pinheiro. Sob o título *A imprensa no Brasil*, o trabalho foi publicado em 1859 no *Jornal Ilustrado*, revista cultural de caráter híbrido, dedicada à ciência, indústria, literatura, história e mais um sem número de assuntos (MARQUES DE MELO, 2003, p. 145).

O campo começa a se esboçar, então, tendo como suporte uma boa polémica: quando, como e por quem foi implantada a imprensa em nosso país? De acordo com o artigo de Fernandes Pinheiro, os holandeses seriam os verdadeiros introdutores da impressão em solo brasileiro. A tese encontrou eco nos ensaios de Moreira de Azevedo (1865) e Francisco de Souza Martins (1867), ambos publicados na Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro.

Do outro lado da peleia, estavam os historiadores pernambucanos, que investiam em pesquisas para valorizar o nativismo da Restauração Pernambucana, que culminou com a Batalha dos Guararapes – coalizão entre índios, negros e lusitanos com o objetivo de expulsar o “invasor” holandês. Para corrigir o equívoco, o grupo incentivou José Higino Duarte Pereira a empreender uma missão científica nos arquivos holandeses, o que ocorreu a partir de 1873. A imprensa se transforma, assim, em objeto de investigação científica. Alvo de disputa de poder, ela já era desde o seu surgimento.

Os vestígios rastreados por Duarte Pereira foram suficientes para refutar a ideia de que haveria imprensa no Brasil holandês. Anos depois, Alfredo de Carvalho daria continuidade ao percurso do pesquisador e reforçaria o resultado de seus achados, afirmando que, durante o governo de Maurício de Nassau, em Pernambuco, não houve nenhuma tipografia no Recife.

No momento em que essas pesquisas pioneiras eram levadas a cabo e publicadas, a imprensa brasileira experimentava um momento de efervescência, marcado pela proliferação de folhas com perfis diferenciados, que contemplavam, em especial, as questões políticas e literárias. Na segunda metade daquele século, o país vivia o *boom* do romance-folhetim, que popularizou a literatura e garantiu a

* Jornalista. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e pós-doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora Adjunta da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: alinestrelow@terra.com.br.

carreira e a sobrevivência de muitos escritores nacionais. As tiragens dos periódicos aumentavam e emergia uma comunidade de leitores de jornal. Na virada para o XX, prestes a completar 100 anos, estava mais do que na hora de a história da imprensa brasileira ser contada.

HISTORIADORES DA IMPRENSA

Um dos primeiros historiadores da imprensa brasileira foi Alfredo de Carvalho, nascido em 1870, em Pernambucano. Engenheiro de formação e colaborador de diversos jornais e revistas, inaugurou as pesquisas no campo com as obras: *Jornais pernambucanos, 1831-98* (1899); *A imprensa baiana, 1811-98* (1899); *Diário de Pernambuco, 1825-1908* (1908); *Anais da imprensa periódica pernambucana de 1821 a 1908* (1908). Esta última representou o primeiro empreendimento de pesquisa em rede sobre o tema no país: Alfredo de Carvalho responsabilizou-se por narrar a história dos jornais e revistas pernambucanos e incentivou colegas de diferentes regiões do Brasil a fazerem o mesmo, em um equipe liderada por ele.

Alfredo de Carvalho foi colaborador assíduo dos jornais pernambucanos, em especial o *Jornal do Recife* e o *Diário de Pernambuco*, assim como de publicações acadêmicas. Como sublinha Marques de Melo (2009), é a vivência permanente no mundo da imprensa que desperta no historiador o interesse de estudá-la. “Sua grande contribuição à história da imprensa brasileira se dá em dois momentos distintos. Como pesquisador, ele desvenda a hipótese lendária da tipografia holandesa do século 17. E, como líder intelectual, ele comanda o mutirão que faz o inventário da imprensa brasileira no século 19”, explica Marques de Melo (2009, p. 20). Como reconhecimento ao seu pioneirismo, foi escolhido patrono da Rede estruturada para o Resgate da Memória da Imprensa e a Construção da História da Mídia no Brasil – Rede Alcar.

A imprensa brasileira completava 100 anos em meio a um processo de profissionalização. Desenhava-se, para as publicações da época, um perfil empresarial, com folhas que não escondiam seus objetivos comerciais e bradavam a objetividade e a imparcialidade como valores inquestionáveis. Esse era o discurso; na prática, é claro, as coisas eram bem diferentes. As relações promíscuas entre a imprensa e o campo político, por exemplo, não se dissolveram. A diferença, agora, é que elas não eram explícitas.

Os conflitos, a história, as funções e a influência da imprensa foram objeto de estudo, nas primeiras duas décadas do século, de José Veríssimo, Ruy Barbosa, A. da Cunha Barbosa, Max Fleuiss, Felix Pacheco e Ernesto Senna. De acordo com Marques de Melo (2003), os primeiros autores a debruçarem-se sobre o tema compõem o grupo dos *desbravadores*, que será seguido pelo *pioneirismo* da geração seguinte.

RUMO AO EMPIRISMO

Para Marques de Melo (2003), o divisor de águas é o estudo realizado por Barbosa Lima Sobrinho em 1923. Sob o título *O problema da imprensa*, o autor discute a lei de imprensa que tramitava no Congresso Nacional à época, de autoria do senador Adolpho Gordo. O pesquisador utiliza técnicas jornalísticas para analisar o desenvolvimento da imprensa e debater a problemática da regulamentação legal. Trata-se do primeiro tratado de teoria do jornalismo brasileiro.

A mim próprio só me pergunto se a imprensa é culpada de todos os males que lhe imputam, ou autora de todos os benefícios que vai semeando com despreocupação.

E só me acode a resposta de que ela vale como a peça indispensável de um maquinismo, forçada ao movimento de outras peças e ela própria fazendo girar, nos seus eixos, outras rodas (LIMA SOBRINHO, 1997, p. 185).

Assim, permeado por questões oriundas do mundo do trabalho, começava a se delinear um campo de pesquisas em Comunicação, interdisciplinar, como não poderia deixar de ser, mas já com características próprias.

Os anúncios publicitários foram objeto de estudo de Anielia Ginsberg em 1949, analisados a partir dos fundamentos psicológicos. As pesquisas de maior impacto sobre o assunto, no entanto, foram as realizadas por Gilberto Freyre, tendo os anúncios de jornal como fonte para a investigação social. Após a publicação do clássico *Casa Grande e Senzala* e de outros que se seguiram, como *O escravo nos anúncios de jornais brasileiros no século XIX*, Freyre cria uma disciplina denominada Anunciologia (MARQUES DE MELO, 2003). O autor é considerado pioneiro na valorização do papel da comunicação na cultura brasileira. Conforme sublinha Machado da Silva (2010, p. 70), Freyre, com a terminologia de seu tempo, colocou a relação comunicacional, com suas contradições e limites econômicos e sociais, no coração de suas teses.

Quando o grande Oliveira Lima – tão meu mestre, desde meus dias de adolescente – referiu-se ao primeiro jornal aparecido no Brasil ainda Reino – dos dias do Príncipe Regente, portanto – como publicação quase sem valor, por ser jornal só de anúncios, ousei divergir da opinião magistral. A pioneira gazeta era só de anúncios – sustentei – mas, através desses anúncios, o historiador social podia reconstituir todo um começo de sociedade pré-brasileiramente nacional. Seus novos móveis. Seus novos veículos. Sua nova porcelana. Seus novos cristais.

Orgulho-me de, ainda muito jovem, ter-me antecipado nessa valorização de anúncios de jornal: começo, no Brasil, de uma anunciologia. O anúncio, desde o seu aparecimento em jornal, começou a ser história social e, até, antropologia cultural, da mais exata, da mais idônea, da mais confiável.

[...]

À utilização de anúncios para reconstituições e avaliações sociais, no Brasil, continuei a aplicá-la a sucessivas fases do desenvolvimento quer social, quer cultural, do nosso País, com resultados dos quais pode-se dizer terem constituído a invenção, por brasileiro, de uma Anunciologia nada insignificante (FREYRE, 2010, p. 21 e 22).

Essa fase de pioneirismo, durante a qual surgem diferentes iniciativas para a criação de cursos de jornalismo, culmina com a publicação de *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*, tratado de história da imprensa de autoria de Carlos Rizzini, jornalista de batente, professor, empreendedor e pesquisador. De acordo com Marques de Melo (2003), trata-se do primeiro *scholar* brasileiro do campo das ciências da comunicação.

Difícilmente compreendemos tenha o jornal precedido a tipografia. Parece-nos que para possibilitá-lo é que os textos entalhados em tábuas inteiriças se decompuseram em letras soltas de pau e de metal. Sobrepostos ao objeto os seus atributos, habituamo-nos a nele ver não um simples, mas um atual e célere veiculador de notícias, tão atual e tão célere que só por um esforço de raciocínio conseguimos desligá-lo das linotipos e rotativas para prendê-lo às letras de forma e prensas de madeira da era moguntina. Contudo ele ainda vem de épocas mais remotas e de processos mais laboriosos (RIZZINI, 1946, p.11).

Rizzini iniciou sua carreira como jornalista aos 18 anos, como repórter de *O Jornal*, em 1916. Na época, já era estudante de Direito. Ao longo de sua carreira jornalística, ocupou diferentes cargos, chegando a dirigir e a administrar seu próprio periódico, o *Jornal de Petrópolis*. Foi no grupo Diários e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, que construiu boa parte de sua trajetória, seja dirigindo jornais como o *Diário de Notícias*, em Porto Alegre, a *Rádio Tupi*, no Rio de Janeiro, ou como diretor-geral do conglomerado.

A publicação de *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil* acontece em 1946. A obra, como lembra Mendes Júnior (2008), foi reconhecida quase de imediato pela excelente qualidade e conteúdo, tornando-se referência obrigatória para os que desejavam melhor entender os processos comunicacionais no Brasil e no mundo, e levando-o, anos depois, ao reconhecimento como precursor dos estudos brasileiros de comunicação. Rizzini publicou, também, *Hipólito da Costa e o Correio Braziliense* e *O jornalismo antes da tipografia*.

COMUNICAÇÃO NA UNIVERSIDADE

A criação dos cursos de jornalismo no país, concretizada primeiro com a Escola de Jornalismo Cásper Líbero, em 1947, e, em seguida, com a implantação do curso na Universidade Federal do Rio de Janeiro (na época, Universidade do Brasil), em 1948, vai representar a institucionalização da pesquisa realizada na área. Em 1951, é criada a primeira escola de propaganda brasileira, a Escola

Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). O campo das relações públicas contará, em 1953, com uma série de cursos e conferências realizados pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O primeiro curso de comunicação, que articula na universidade, pela primeira vez, os cursos de jornalismo, publicidade, cinema e rádio-televisão, é criado em 1963, na Universidade de Brasília (UnB), resultado da iniciativa de Pompeu de Souza. Neste mesmo ano, é criado o primeiro centro brasileiro de pesquisa na área, o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação, iniciativa de Luiz Beltrão e resultado de um convênio com a Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). A instituição, inspirada no CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina, tem como objetivo desenvolver pesquisas, promover cursos e manter publicações acadêmicas. As primeiras pesquisas realizadas pelo instituto foram baseadas em sondagens de opinião pública para avaliar os efeitos da mídia.

Além do ICINFORM, Beltrão criou a primeira revista acadêmica da área, sob o título *Comunicação & Problemas*, escreveu uma série de ensaios e manuais, publicou mais de 20 livros, fundou cursos e deixou discípulos. “Mesmo autodiata e perseguido durante o regime militar, tornou-se o primeiro Doutor em Comunicação no Brasil, com a tese na qual criou o termo Folkcomunicação, ainda hoje um dos principais temas da pesquisa universitária no país”, sublinha Duarte (2005). A tese, que constituiu uma disciplina, com várias linhas de pesquisa, permaneceu inédita por mais de 30 anos. O próprio reconhecimento do título de doutor de Beltrão, pela Universidade de Brasília, levou 14 anos para ser emitido.

Um dos méritos da folkcomunicação foi mudar a maneira de se interpretar a comunicação popular. Trata-se de um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Seu objeto situa-se na fronteira entre o *folclore* e a *comunicação de massa*. Caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Na compreensão original de Beltrão, como observa Marques de Melo (2004), a folkcomunicação era o processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais ou urbanas). As primeiras pesquisas do gênero privilegiavam, então, as decodificações da cultura de massa feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade.

De acordo com Beltrão (2004), no sistema folkcomunicacional, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), as manifestações são, sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu

processo de difusão se desenvolve horizontalmente, levando-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens por um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A folkcomunicação é, assim, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.

Os discípulos de Beltrão ampliariam seu raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, analisando o processo também no caminho inverso, da apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural. Entre os tantos alunos de Beltrão, estão José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Gaudêncio Torquato e Zita de Andrade Lima.

Antes da criação do ICINFORM por Beltrão, eram raras as pesquisas científicas sobre os fenômenos comunicacionais no Brasil. O fortalecimento do campo também é atestado, conforme destaca Marques de Melo (2003), pela presença de pesquisadores brasileiros no CIESPAL, no qual o país projetou-se pelo acervo de estudos em desenvolvimento em suas escolas de jornalismo. Além de Beltrão, também ocupou cátedra no centro Danton Jobim. Ambos são responsáveis pela disseminação das estratégias que caracterizam a pedagogia brasileira da comunicação social, dando-lhes amplitudes latino-americanas.

A entrada de Danton Jobim no campo acadêmico se dá em 1948, quando participa como docente fundador do Curso de jornalismo da Universidade do Brasil, hoje Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Jobim, com reconhecida trajetória política, foi um dos jornalistas emblemáticos de sua geração, considerado, pela categoria, uma liderança nacional. Em 1952, recebe o Prêmio Maria Moors Cabot, distinção atribuída pela Universidade de Columbia a jornalistas latino-americanos que se destacam na luta em defesa da liberdade de imprensa. No ano seguinte, ingressa como professor visitante na Universidade do Texas. Torna-se o primeiro acadêmico brasileiro a publicar artigo na revista *Journalism Quarterly* (vol. 31, n. 1, 1954), com o título *French and US Influence Upon the Latin American Press*.

Em 1957, a convite de Jacques Kayser, Jobim atua como professor visitante na Sorbonne, em Paris. Lá, publicou o livro *Introduction au Journalisme Contemporain*. No mesmo ano, participou, na sede da UNESCO, da conferência mundial reunida com a intenção de fundar a IAMCR – *International Association for Mass Communication Research*. O reconhecimento internacional alcançado fez com que Jobim assumisse papel decisivo na construção do espaço acadêmico que ficaria conhecido como Escola Latino-Americana de Comunicação (MARQUES DE MELO, 2008).

No Brasil, em 1960, publica a obra *Espírito do jornalismo*, que traz a tradução de suas conferências em Paris e outros ensaios. Nessa obra, aparecem suas análises sobre o ofício:

O fato é que o jornalista tem a “sua verdade”, uma verdade por assim dizer provisória e contingente, melhor ainda, uma hipótese, impossível de ser verificada através dos processos de que se serve o historiador. É sobre essa hipótese que ele trabalha, tirando conclusões que não podem ser as de um sociólogo. [...]

Certamente, há princípios morais que regulam o exercício do jornalismo, que o impedem de utilizar-se, por exemplo, de um documento sabidamente falso para atingir seus fins. São princípios de ordem geral, que nada têm especificamente com a nossa profissão e que abordaremos na ocasião oportuna.

O jornalista, ao comentar um acontecimento, não o faz com o ânimo de servir à história, de pronunciar um juízo de valor perene. O máximo que se pode pedir são conclusões provisórias, *sic rebus stantibus*. Por isso mesmo nenhum mortal está mais sujeito à incoerência do que ele (JOBIM, 196-, p. 18).

No ano seguinte, em Quito, Equador, sai o livro *Pedagogia Del Periodismo: Métodos de Enseñanza orientados para La Prensa Escrita*, resultado de curso ministrado no CIESPAL. O golpe militar de 1964 fez que com Jobim reduzisse sua atuação acadêmica e investisse no campo político, onde teve papel relevante na resistência à ditadura. Em 1970, participa da II Semana de Estudos de Jornalismo da Universidade de São Paulo, com a conferência *Liberdade de Imprensa no Brasil*. Sua fala na ocasião integra o livro *Censura e Liberdade de Imprensa*, publicado em 1984.

Nos anos 1960, a oferta de livros didáticos de jornalismo ainda era escassa. Com o objetivo de ampliá-la, o professor Juarez Bahia transformou muitas de suas aulas em livro (VITÓRIO, FRUTUOSO, 2005). Jornalista profissional com passagem por veículos como *Diário de Santos*, *A Tribuna* e *Jornal do Brasil*, teve sua competência reconhecida através de diversos prêmios, entre eles o Prêmio Esso de Jornalismo, no qual recebeu seis distinções em diferentes categorias. Sua carreira docente teve início na Universidade Católica de Santos, onde concluiu a graduação. Depois, lecionou na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, e na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

As obras de Bahia discorrem sobre questões diversas da área: história e técnica do jornalismo, relações públicas e publicidade. Sua produção inicial no campo teórico do jornalismo é constituída pelos títulos: *Três fases da imprensa brasileira* (1960), *Jornal, História e Técnica* (1964), *Jornalismo, Informação e Comunicação* (1971).

Mais tarde, ele ampliou o conhecimento sistematizado sobre jornalismo e produziu o manual *Jornal, História e Técnica* (1990) – o título é o mesmo de um dos livros anteriores – com dois volumes. O primeiro é voltado à história da imprensa

brasileira; o segundo, às técnicas jornalísticas. A obra figurou durante muitos anos como literatura básica de muitas disciplinas dos cursos de jornalismo em todo Brasil.

A década de 1960 também marcou o início da publicação de livros sobre e teoria e crítica de comunicação, da arte e do design de Décio Pignatari. O professor, poeta, escritor, jornalista, publicitário, designer e pesquisador bem mereceria a definição de *multimídia*, se o termo fosse, naqueles anos, tão difundido quanto é hoje, como salienta Freitas (2000, p. 35). O primeiro livro do autor nesta linha, publicado em 1965, foi *Teoria da poesia concreta*, escrito em parceria com Haroldo e Augusto de Campos. No mesmo ano, Pignatari, que já atuava como professor de teorias da informação, ministrou aulas de teoria da comunicação, na Escola de Comunicação Coletiva da Fundação Universidade de Brasília. Nos anos seguintes, saem *Informação, linguagem e comunicação* (1968) e *Contracomunicação* (1971). É de sua autoria, também, a tradução de 1969 de *Os meios de comunicação como extensões do homem*, de Marshall McLuhan, do qual se tornou um grande divulgador no país.

A consolidação de sua trajetória acadêmica não tarda para acontecer, em instituições como a Universidade de São Paulo e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, atuando como livre-docente e professor titular. Em 1974, é publicado o livro *Semiótica e literatura*, que inclui sua tese de doutorado. *Comunicação poética* sai em 1977, enquanto *Semiótica da arte e da literatura*, resultado de sua tese de livre-docência, é publicado em 1981. Em 1984, o autor reúne uma seleção de artigos publicados na imprensa no livro *Signagem da televisão*. Sua obra acadêmica conta também com os títulos *O que é comunicação poética* (1987) e *Letras, artes e mídia* (1995), entre outros.

Atuando em diversas frentes, produzindo obras poéticas, ensaísticas e científicas, Pignatari acabou por estabelecer uma série de relações entre seus múltiplos campos de trabalho e pesquisa, que se inter cruzam em uma única linha: o da comunicação. Não obstante, a comunicação em sua obra adquira o mesmo significado do termo semiótica. Mas esse alinhamento semântico é compreensível em virtude dos próprios objetivos da semiótica enquanto instrumento de pesquisa científica.

Pignatari foi um dos primeiros pesquisadores brasileiros a notarem que a velocidade com que os meios de comunicação se desenvolvem a nossa volta alimenta a necessidade de a ciência encontrar instrumentos de análise e de desvendamento para os diversos fenômenos que resultam dos avanços incorporados constantemente ao cotidiano da sociedade industrial. A semiótica apresenta-se como um desses instrumentos que trazem consigo a pretensão de compreender os mecanismos e processos geradores de significados não só relacionados aos meios de comunicação, mas a toda e qualquer experiência que se apresente à luz da observação da ciência (FREITAS, 2000, p. 43).

Em palestra proferida em 2001 no encontro anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, Pignatari discorreu sobre as problemáticas atuais do campo:

Falando de comunicação como um campo acadêmico pacífico de conhecimento – assim falamos de física, química ou biologia – ela venceu e se implantou muito rapidamente (cerca de quatro décadas), em percurso paralelo ao da expansão da televisão e do computador. Com a NET – mídia das mídias – é até natural que a comunicação entre em crise de identidade. A crise reside mais em seus objetivos do que em seus objetos. De maneira distorcida, para não dizer errônea, a visão da Comunicação vem sendo atrelada à evolução da mídia (a bola da vez são as chamadas “novas tecnologias”). Não é de estranhar-se que venha a sofrer sucessivas crises de... atualização. Onde há signos, há comunicação, ou possibilidade de comunicação. Ao meu ver, o problema reside mais na imaturidade de teorias, doutrinas, métodos e processos – marcados pelo sincretismo e pelo ecletismo – do que na vagueza ou incerteza relativas aos objetos da comunicação. De outra parte, creio que será útil e instigante a retomada da noção de repertório – prenunciada nos anos 70 por Michel Butor e Max Bense, entre outros, mas enriquecida com as Teorias da Informação e da cibernética – para reenderçar as tendências recepcionistas... (PIGNATARI, 2002, p. 177-178).

O campo acadêmico da comunicação consolida-se em meio ao desenvolvimento da indústria cultural no Brasil. O acelerado processo de modernização das indústrias de mídia, entre outros fatores, leva ao crescente interesse pelas pesquisas na área, seja no âmbito da universidade, seja através das próprias empresas.

Um dos mais proeminentes discípulos de Luiz Beltrão, José Marques de Melo tem sua primeira experiência no magistério superior em 1962, na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife. A perseguição por estar vinculado à resistência política – foi acusado por atividade subversiva e preso – levou o pesquisador a São Paulo, onde reside até hoje. De 1967 a 1968, lecionou na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, onde fundou o Centro de Pesquisa da Comunicação Social. Quadrinhos, fotonovelas, telenovelas, radiodifusão e imprensa de imigrantes eram alguns de seus objetos de estudo, conforme destaca Brites (2004). Em 1968, assume a cátedra *Técnica e Prática de jornalismo* na Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo, atual ECA/USP, de onde foi afastado por motivos políticos em 1972. Foi nesta instituição que obteve os títulos de Doutor, Livre-Docente, Professor-Adjunto e Professor Catedrático de jornalismo.

Em 1970, publica seu primeiro livro, *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Nessa obra de estreia, o autor apresenta sua compreensão conceitual de “pesquisa em Comunicação”, salientando que, no Brasil, o termo tinha, geralmente, significado específico – pesquisa quantitativa, de circulação ou audiência:

Esse fenômeno alicerça-se no fato de que as únicas pesquisas realizadas no Brasil, até alguns anos atrás, eram destinadas a conhecer a penetração dos veículos de comunicação coletiva junto às populações urbanas, permitindo determinar índices de circulação de jornais ou revistas, ou a audiências dos programas de rádio e televisão.

Não dimensionamos assim a Pesquisa em Comunicação. Costumamos fazer uma delimitação conceitual em níveis mais amplos: o estudo de todos os meios, formas e processos de informação ou de comunicação social. Do ponto de vista metodológico, consideramos não só as investigações que utilizam técnicas quantitativas, mas também aquelas que empregam técnicas qualitativas.

No nosso entender, a Pesquisa em Comunicação compreende, portanto, o estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidos a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público.

É o estudo do comunicador, suas intenções, sua organização, sua estrutura operacional, sua história, suas normas éticas ou jurídicas, suas técnicas produtivas. É o estudo da mensagem e do canal, seu conteúdo, suas formas, sua simbologia, suas técnicas de difusão. É o estudo do receptor, suas motivações, suas preferências, suas reações, seu comportamento perceptivo. É, enfim, o estudo dos efeitos produzidos junto ao receptor, a partir das intenções do comunicador (MARQUES DE MELO, 1970, p. 83-84).

Em 1972, introduz no país a metodologia de estudos comparados aplicada ao jornalismo, com o livro *Estudos de Jornalismo Comparado*, influenciando toda uma geração de pesquisadores. Suas pesquisas em torno dos gêneros jornalísticos, temática de muitas de suas publicações, são referência obrigatória e atualizada para os pesquisadores da área.

Seu retorno para a ECA só aconteceria em 1979, durante o processo de anistia política. Durante o período em que esteve fora da USP, atuou como docente no Instituto Metodista de São Paulo, hoje Universidade Metodista de São Paulo, para onde voltou após sua aposentadoria, em 1993, e permanece até hoje, como professor titular e diretor da cátedra UNESCO de Comunicação.

Pertenço à saga dos que vislumbraram a importância das ciências da comunicação no mundo contemporâneo. E tenho orgulho de me haver dedicado a sua sistematização e legitimação, fazendo-as sair da condição quase marginal em que se encontravam nos idos de sessenta, no panorama universitário brasileiro. Naquele momento, criavam-se aqui as primeiras faculdades destinadas a ensinar/pesquisar os fenômenos da produção e circulação de bens culturais através dos *mass media* (MARQUES DE MELO, 1995, p.7).

A busca pela consolidação de um ambiente acadêmico para as ciências da Comunicação no Brasil é uma das marcas da trajetória de Marques de Melo, um dos principais sistematizadores do campo, com mais de uma centena de livros publicados. Em 1977, liderou a fundação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, com o objetivo de integrar os pesquisadores da área em um movimento interdisciplinar e pluralista.

Professor convidado em universidades dos mais diversos países, Marques de Melo tem atuação permanente nas instituições nacionais e internacionais do

campo de pesquisa em comunicação. Como salienta Jorge Pedro Sousa (2010), trata-se do pesquisador e pensador comunicacional contemporâneo mais conhecido da América Latina e do espaço lusófono.

A COMUNICAÇÃO BRASILEIRA COMO OBJETO

Durante a ditadura militar, alicerçada na grande imprensa, a relação do poder político com os meios de comunicação deu-se de forma ambivalente. De um lado, havia estímulo ao desenvolvimento econômico e tecnológico – os militares tinham uma visão muito clara de que a construção de uma imagem de Brasil que se queria vender aos brasileiros passava pelo diferentes meios, mas em especial pela televisão. De outro lado, para a construção dessa mesma imagem e para abafar os abusos do poder, os governos militares se utilizaram da censura, da ameaça, da perseguição a jornalistas e da violência propriamente dita.

A pesquisa em comunicação desenvolvida nesse momento dedicou-se a compreender esse processo, como demonstra o primeiro livro publicado por Sérgio Capparelli, em 1980, *Comunicação de massa sem massa*, que reuniu textos já publicados em revistas ou apresentados em congressos da área, desenvolvidos dentro do paradigma da teoria crítica. De acordo com Bertol (2000), mais importante do que o rigor teórico da obra, era a intenção política, de denúncia de como estava se reorganizando a sociedade brasileira frente ao surgimento das indústrias culturais, e de como estas indústrias culturais e seus modelos influenciavam a base econômica e cultural. O título, *Comunicação de massa sem massa*, evidencia os tantos setores da sociedade brasileira excluídos do acesso aos bens econômicos. Os artigos que compõem os capítulos da obra abordam temas como televisão e segurança nacional, imprensa alternativa, rádio e autoritarismo, imprensa dos imigrantes alemães e a situação da pesquisa em comunicação na América Latina e no Brasil.

A televisão em específico será objeto de estudo do autor em *Televisão e Capitalismo no Brasil*, publicado em 1982, com o objetivo de discutir a televisão brasileira dentro de um modelo capitalista de produção. Como salienta Stumpf (2000), novamente o pano de fundo para a análise utiliza a economia, a política, a cultura e a sociedade. “Mostra que não foi exatamente a televisão, mas o capitalismo que transformou o mundo numa aldeia global e que a televisão foi utilizada como instrumento ideológico do Estado, para criar uma sociedade capitalista e pelo próprio setor produtivo, para criar um mercado consumidor”, destaca (2000, p. 114). A televisão, conforme explicita Capparelli (1982, p. 11), não paira acima do sistema político, social ou econômico; ela integra um sistema produtivo, é agente e objeto dentro da atividade econômica, um instrumento econômico político daquela vinculação externa-interna englobada no conceito de dependência.

Em uma análise sobre sua trajetória, o autor reflete sobre o lugar ocupado por essas duas publicações:

Acredito que minha biografia esteja clara enquanto opção em *Comunicação de massa sem massa* (1980) e em *Televisão e Capitalismo no Brasil* (1982). Um e outro refletem a época que vivia, com suas interrogações e suas angústias. E refletem as minhas interrogações e as minhas angústias daqueles anos. Aquelas abordagens são ultrapassadas? Não acredito. Porque as perspectivas de análise não avançam cronologicamente, umas se substituindo às outras. Tanto os temas quanto as abordagens são recorrentes, entram em declínio devido à dinâmica da realidade, são ultrapassadas, renovam-se e voltam ao centro dos interesses. Um exemplo importante é o número, qualidade e intensidade dos estudos de economia política crítica, agora no cenário da globalização e das tecnologias digitais. Os instrumentos de análise não são imutáveis. Passaram por um refinamento, começaram a ser empregados com maior flexibilidade e, principalmente, adquiriram a consciência de serem apenas uma das portas de entrada explicativas para os fenômenos da comunicação (CAPPARELLI, 2000, p. 95).

No final da década de 1980, Capparelli lança *Ditadura e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai*, que expande a análise das indústrias comunicacionais brasileiras para o Cone Sul.

Também tendo como objeto a realidade nacional, desta vez com um olhar para a cultura de massa brasileira, Muniz Sodré lança, em 1972, *A comunicação do grotesco*. Na obra, o autor afirma que o *grotesco* parece ser a categoria estética mais apropriada para a apreensão do *ethos* da cultura de massa nacional, marcado pelas influências escatológicas da tradição popular. “(...) o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à ‘normalidade’ humana – encaixam-se na estrutura do grotesco”, explica (1988, p. 38). Três décadas depois, em 2002, com Raquel Paiva, Sodré reinterpreta sua hipótese e lança *O império do grotesco*, retomando as questões lançadas no primeiro livro, mas mirando a realidade da virada do milênio. “O grotesco atravessa de fato tempos diversos, à maneira de uma constante supratemporal”, salientam os pesquisadores (2002, p. 19).

Sobre o projeto teórico de Sodré, Paiva afirma:

Por um lado, ele investiga a materialização dessa hegemonia sob a forma de produtos simbólicos ou culturais, sempre sob a perspectiva de uma “telerrealidade” ou então de um “bios virtual”, que leva em conta um modo de organizar, a partir das novas exigências do processo de acumulação capitalista em sua fase monopolista, o espaço e o tempo sociais. Seus estudos sobre imagem, indústria cultural e televisão (*Antropológica do espelho, O monopólio da fala, A máquina de Narciso, Televisão e psicanálise, A comunicação do grotesco, O social irradiado*), além de numerosos artigos e críticas pontuais sobre esta temática, visam dar conta dessa nova ordem, em que a televisão aparece, enquanto parte desse sistema organizativo, à maneira de um

espelho onde, narcisicamente, a ordem tecnocapitalista se reflete e indica as suas grandes linhas de constituição das identidades sociais (PAIVA 2004, p. 194-195).

Além de preocupar-se com a análise da cultura e da identidade nacional, Sodré também produziu livros voltados para a formação de jornalistas, como *Os textos nos meios de comunicação* (1977) e *Técnica de reportagem* (1986), assim como obras de ficção. Em um de seus livros mais recentes, *Antropológica do espelho* (2002), o autor interpreta a mídia como uma nova qualificação da vida, um *bios* virtual. A especificidade da mídia, de acordo com ele, em face das formas de vida tradicionais, consiste na criação de uma eticidade estetizante e vicária, uma espécie de “terceira” natureza. “À maneira do ‘anjo’, mensageiro de um poder simultâneo, instantâneo e global exercido num espaço etéreo, as tecnologias da comunicação instituem como ‘boca de Deus’: uma sintaxe universal que fetichiza a realidade e reduz a complexidade das antigas diferenças ao *unum* do mercado”, define (2002, p. 11).

Em recente pesquisa realizada para mapear a percepção de relevância de revistas e autores no campo da comunicação (LOPES; ROMANCINI, 2010), Muniz Sodré aparece em primeiro lugar na lista de autores nacionais de maior relevância para os estudos em comunicação no Brasil. Conforme destaca Paiva (2004, p. 194), trata-se de um dos poucos autores nacionais traduzidos em outros países – tem livros traduzidos na Itália, Espanha e Argentina.

PENSAR A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

As últimas décadas do século XX foram cenário e personagem para as mudanças no panorama da pesquisa em comunicação no Brasil. Marques de Melo (2008, p. 46) credita as transformações à efervescência da vida democrática no país, especialmente depois do esgotamento do ciclo militar (1964-1985), assim como à expansão da rede nacional de escolas de comunicação, em vista da grande demanda pelas carreiras midiáticas nos contingentes jovens que, a cada ano, ingressam nas universidades.

É nesse contexto que a bibliografia nacional sobre metodologia da pesquisa em comunicação começa a se destacar. Até então, as obras ofereciam enfoque segmentado, aprofundando a discussão em um método de pesquisa específico. A discussão dessa temática de forma mais abrangente, dimensionando a complexidade do campo comunicacional, é marcada pelo trabalho de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, intitulado *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*, resultado de sua tese de doutorado, defendida em 1988. Tendo com objeto de estudo as dissertações de mestrado e teses de doutorado defendidas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, a autora alerta os pesquisadores da área para a urgência da discussão metodológica. A obra, que está em sua décima edição, é largamente utilizada nos cursos de graduação e

pós-graduação no Brasil. Em 2003, foi publicada no México, com o título *Investigación en Comunicación: formulación de um modelo metodológico*.

Este é um trabalho que deve ser lido a partir de uma dupla matriz. É um estudo de *metodologia* que visa contribuir para os esforços que estão sendo desenvolvidos sobre a investigação científica em Comunicação, e é um estudo com enfoque *histórico* porque trabalha com o objeto Comunicação enquanto realização histórica de fenômenos superestruturais na sociedade atual. [...]

A primeira questão diz respeito ao esclarecimento conceitual de Comunicação. A palavra “comunicação” costuma ser empregada tanto para indicar uma disciplina ou estudo, a Comunicação, quanto seu objeto de estudo, a comunicação. A ambiguidade da palavra não deve obscurecer o fato de a Comunicação ter sido construída como um campo de estudos que progressivamente se *autonomiza* dentro da grande área de conhecimento que são as Ciências Sociais e Humanas. Isto porque progressivamente tem demonstrado a especificidade intrínseca de seu objeto – os fenômenos comunicacionais da sociedade atual (LOPES, 2010, p.13-14).

De acordo com Otavio Ianni (2005), a contribuição de Vassallo de Lopes para a metodologia da pesquisa em comunicação é também uma contribuição importante para a consolidação da problemática da comunicação como campo de ensino e pesquisa. Na Universidade de São Paulo, após concluir o doutorado, firmou duas linhas de pesquisa no programa de pós-graduação: 1) Teorias e Metodologias da Comunicação e 2) Comunicação e Ficção Televisiva. Nesta segunda linha, a pesquisadora também construiu estudos de referência, tendo como objeto central a telenovela. De acordo com a autora (2006, p. 18, *apud* ASSIS, 2010, p. 171), seus temas de interesse permanente são a exploração metodológica e a vertente popular, agora atualizados através do paradigma da complexidade de Edgar Morin.

Compartilhando o objetivo de fomentar a discussão metodológica e oferecer base teórica para os estudantes da área, Lucia Santaella lançou a obra *Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado* (2001). O livro, além de discorrer sobre diferentes abordagens metodológicas, propõe o exercício de pensar a pesquisa em Comunicação e apresenta os principais passos para o desenvolvimento de projetos científicos.

Assim como acontece com Vassallo de Lopes, a contribuição de Santaella vai além do campo metodológico. São de sua autoria algumas das obras sobre semiótica com maior circulação no país. Os livros *O que é semiótica*, *Semiótica aplicada*, *Imagem: cognição, semiótica e mídia*, *A teoria geral dos signos* e *Comunicação & Semiótica*, entre outros, constituem contribuição valiosa da autora para a difusão das teorias e conceitos voltados para o estudo dos signos em nível nacional.

É de Santaella, também, a proposta de estudo do termo “cultura das mídias” para designar os processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais.

O termo que deu título ao livro *Cultura das mídias*, com a primeira edição lançada em 1992, é rotineiramente empregado pelos estudiosos da área. Trata-se, conforme sublinha Diniz (2010), do resultado da observação da autora sobre um movimento crescente de transição da “cultura das massas” para a “cultura das mídias”. Foi essa experiência e sua relação com o campo comunicacional que levaram a pesquisadora, daí para frente, ao estudo das obras de arte envolvendo tecnologias de ponta e as relações entre arte e ciência, que aparecem como seu interesse atual de estudo.

LIDERANÇAS DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Há mais de uma década, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – Intercom outorga anualmente o *Prêmio Luiz Beltrão*. O prêmio tem como objetivo reconhecer a qualidade do trabalho acadêmico realizado nas universidades ou nos centros/institutos de pesquisa, valorizando a atuação individual, grupal ou coletiva. Além do reconhecimento público, essas lideranças têm suas histórias de vida contadas em antologias organizadas pela instituição (HOHLFELDT; GOBBI. 2004; 2010). Nas categorias *Liderança Acadêmica* e *Liderança Emergente*, voltadas à identificação de trajetórias individuais na área, já foram premiados, desde 1988, os seguintes pesquisadores:

1 – LIDERANÇA ACADÊMICA

- 1998 – Prof. Dr. Moacir Pereira (UFSC)
- 1999 – Prof. Dr. Sérgio Capparelli (UFRGS)
- 2000 – Prof. Dr. Sérgio Mattos (UFBA-UNIBA)
- 2001 – Prof. Dr. Muniz Sodré (UFRJ)
- 2002 – Prof. Dr. Antonio Costella (UniFiam)
- 2003 – Prof. Dr. Carlos Eduardo Lins da Silva (São Paulo).
- 2004 – Profa. Dra. Ana Arruda Callado (UFRJ)
- 2005 – Prof. Dr. Murilo César Ramos (UnB)
- 2006 – Profa. Dra. Adísia Sá (UFC)
- 2007 – Prof. Dr. Antonio Hohlfeld (PUCRS)
- 2008 – Profa. Dra. Marialva Barbosa (UFF)
- 2009 – Prof. Dr. Ismail Xavier (USP)
- 2010 – Profa. Dra. Lucia Santaella (PUC-SP)
- 2011 – Prof. Dr. Luiz Maranhão Filho

2 – LIDERANÇA EMERGENTE

- 1998 – Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS)
- 1999 – Prof. Dr. Sérgio Carvalho (UFSM)
- 2000 – Prof. Dr. Francisco Rüdiger (PUCRS/UFRGS)
- 2001 – Prof. Dr. Juremir Machado da Silva (PUCRS)
- 2002 – Prof. Dr. José Benedito Pinho (UFV)
- 2003 – Prof. Dr. Eduardo Meditsch (UFSC)
- 2004 – Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg (PUCRS) e Profa. Dra. Graça Targino (UFPI - Teresina)
- 2005 – Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira (UFBA) e Profa. Dra. Raquel Paiva (UFRJ)
- 2006 – Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
- 2007 – Prof. Dr. Alfredo Vizeu (UFPE)
- 2008 – Profa. Dra. Ivone de Lourdes Oliveira (PUC-Minas) e Profa. Dra. Cosette Espíndola Castro (UNESP)
- 2009 – Profa. Dra. Nélia Del Bianco (UnB)
- 2010 – Prof. Dr. Rogério Christofolletti (UFSC)
- 2011 – Prof. Dr. Eugênio Bucci (USP)

A estes nomes, muitos outros se somam na construção do pensamento comunicacional brasileiro contemporâneo. Uma análise das trajetórias autorais em um campo tão rico quanto esse nasce com a certeza de sua incompletude. Os esforços para mapeá-las não têm sido poucos, com destaque para aqueles empreendidos pelo professor José Marques de Melo, autor, organizador e incentivador da maioria das publicações nessa linha lançadas nos últimos anos, sempre com o intuito de, nas pegadas deixadas pelos autores, compreender a constituição do campo e suas especificidades. Este texto, que tem, nessas obras, referências obrigatórias, soma-se a elas para a interpretação e o conhecimento de nossa história.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. *Maria Immacolata Vassallo de Lopes: na trilha epistemológica de Bourdieu*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

BAHIA, Juarez. **Jornal**: História e técnica. São Paulo: Ática, 1990. v.2.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BERTOL, Sônia. *Sérgio Capparelli: resenha bio-bibliográfica*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

BRITTES, Juçara. *José Marques de Melo: Perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

CAPPARELLI, Sérgio. *Economia política da paixão pela pesquisa*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Indústrias culturais no Brasil: a integração pelo Estado*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez, 1980.

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

DINIZ, Lidiane. *Lucia Santaella: na vanguarda da semiótica peirceana*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

DUARTE, Jorge. *Luiz Beltrão, as múltiplas faces de um pioneiro*. In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

FREITAS, Hélio. *Décio Pignatari: designer da linguagem*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. São Paulo: Global, 2010.

_____. **Vida social no Brasil nos meados do século XIX**. São Paulo: Global, 2008.

_____. **Casa-Grande & Senzala**. São Paulo: Global, 2006.

GOBBI, Maria Cristina. **Grandes nomes da Comunicação: José Marques de Melo**. Recife: Unicap, 2001.

HOHLFELDT, Antonio (org.). **José Marques de Melo, construtor de utopias**. São Paulo: Intercom, 2010.

____; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros – Vol 1**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

____; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros – Vol 2**. São Paulo: Intercom, 2010.

JOBIM, Danton. **O espírito do jornalismo**. Rio de Janeiro: Livraria São José, 196-.

LEÃO, Emanuel Carneiro. *A originalidade da obra de Muniz Sodré*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. **O problema da imprensa**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Participar de um livro colaborativo sobre pesquisadoras da Comunicação*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

____; MARQUES DE MELO, José; MOREIRA, Sônia Virgínia; BRAGANÇA, Aníbal. *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Paulo: Intercom, 2005.

____. **Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico**. São Paulo: Loyola, 2010.

____. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

____; ROMANCINI, Richard. *Pesquisa de percepção de relevância de revistas e autores: referências do campo da Comunicação*. Centro de Estudos do Campo da Comunicação. Escola de comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2010.

MACHADO DA SILVA, Juremir. *Gilberto Freyre, o clássico injustiçado*. In Revista Alceu, Vol. 10, n. 20, p. 70-81, jan./jun. 2010.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

____. *Pesquisa jornalística: A moderna tradição brasileira*. Conferência proferida na I Journalism Brazil Conference, em Porto Alegre, de 03 a 05 de novembro de 2006.

____. **Comunicação social: Teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1971.

____. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

____. **Pesquisa em comunicação no Brasil: Tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez, 1983.

____. **História política das Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

____. **Teoria do jornalismo – Identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

____; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 3**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2008.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 4**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2009.

____. *Danton Jobim, inovador na profissão e precursor na academia*. In In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

____; TRIGUEIRO, Osvaldo. **Luiz Beltrão, pioneiro das ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: UFPB, 2007.

____. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

____(org.). **Fontes para o estudo da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 1995.

____. *Memória do campo acadêmico da Comunicação: Estado da arte do conhecimento empírico de natureza historiográfica* In BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvaldo J. de. **Quem tem medo da pesquisa empírica?**. São Paulo: Intercom, 2011.

MATTOS, Sérgio. **O guerreiro midiático: Biografia de José Marques de Melo**. São Paulo/Petrópolis: Intercom/Vozes, 2010.

MENDES JÚNIOR, Osmar. *Carlos Rizzini: pioneiro da investigação jornalística brasileira*. In In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

OLIVEIRA, Maria Rosa Duarte. *Décio Pignatari: o choque do novo*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

PAIVA, Raquel. *Pluralidade cultural*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Muniz Sodré: Perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PIGNATARI, Décio. *Comunicação: objeto, objetivos, objeções*. In WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Contracomunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

_____. **Letras, Artes, Mídia**. São Paulo: Globo, 1995.

RAMOS, Murilo César. *Sérgio Capparelli: a centralidade de uma trilogia*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1946.

_____. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

SANTAELLA, Lucia. *Escuta generosa*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

_____. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2003.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Comunicação & Semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

_____. **Comunicação e pesquisa: Projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

_____; NÖTH, Winfried. **Imagem: congnição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1972.

_____; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

_____. **Antropológica do espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Teoria da literatura de massa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

SOUSA, Jorge Pedro. *Revisitando o pensamento jornalístico de José Marques de Melo*. Conferência proferida no 8º Lusocom, 2010.

STUMPF, Ida. *Ideias comunicacionais de Sérgio Capparelli*. In MARQUES DE

MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Sérgio Capparelli: perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

VITÓRIO, Benalva da Silva; FRUTUOSO, Suzane Caroline Gil. *Juarez Bahia, vencedor no jornalismo, apesar do preconceito racial*. In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.