



INTERCOM

Marcas registradas da Intercom: pluralismo, liberdade, solidariedade

30 anos buscando a interação crítica com o mercado
para alcançar a excelência acadêmica e servir à sociedade

José Marques de Melo

- Diretor-Titular da Cátedra Unesco/Methodista de Comunicação
- Integrou a equipe de docentes fundadores da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Presidente da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) (2005-2008)
- marquesmelo@uol.com.br

Resumo

O artigo faz um balanço dos 30 anos da Intercom, descrevendo o empenho e as iniciativas que a entidade levou a cabo nesse período para a disseminação, o desenvolvimento e a consolidação da pesquisa e do ensino em Comunicação, em especial no Brasil, mas também no âmbito internacional.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO • CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO • INTERCOM

Abstract

The article provides a recap analysis of the 30 years of Intercom's existence, describing the efforts and initiatives used by the entity throughout the period in order to disseminate, develop and consolidate Communication research and teaching, particularly in Brazil, but also in the international ambit.

KEYWORDS: COMMUNICATION • COMMUNICATION SCIENCES • INTERCOM

Resumen

El artículo hace un balance de los 30 años de la Intercom. Describe el empeño y las iniciativas que la entidad llevó a cabo en ese período para la diseminación, el desarrollo y la consolidación de la investigación y la enseñanza en Comunicación, en especial en Brasil; pero también en el ámbito internacional.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN • CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN • INTERCOM

Passou batido na agenda jornalística um acontecimento datado de 12 de dezembro de 2007, protagonizado na emblemática Avenida Paulista, em pleno coração da grande metrópole latino-americana. A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, mais conhecida pela sigla Intercom, celebrava seus 30 anos de fundação, promovendo atos compartilhados entre o espaço acadêmico, o sistema produtivo e o setor terciário.

Os participantes desse tríptico evento – simpósio retrospectivo no auditório da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp); seminário temático no salão de atos do Serviço Social do Comércio (Sesc); exposição iconográfica no saguão principal da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, a mais antiga instituição do gênero em atividade no país – testemunharam o seu reconhecimento explícito pelo Estado. Enaltecendo a contribuição da entidade para o fortalecimento das políticas democráticas de comunicação no Brasil contemporâneo, o Presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva, enviou carta aos associados da Intercom, lida pelo assessor especial da Casa Civil, professor André Barbosa.

A efeméride suscitou naturalmente o interesse da comunidade acadêmica, ficando sua memória registrada para a posteridade no livro organizado por Maria Cristina Gobbi, *Ciências da comunicação no Brasil democrático – vol. 4*, da Coleção Verde Amarela, fascículo denominado *As margens plácidas*. Enfeixando ensaios e depoimentos, o livro culmina com a reprodução da *Carta de São Paulo*, cujos signatários desafiam a comunidade das Ciências da Comunicação a “estabelecer maior diálogo com a sociedade, especialmente a indústria midiática, no sentido de melhorar a qualidade dos bens simbólicos em circulação no mercado e de ampliar a inclusão de maiores contingentes de usuários no mercado consumidor”. Como uma espécie de apoteose cívica, os autores do documento declaram que não existe outro caminho senão “estimular as parcerias das instituições de ensino e pesquisa com as empresas de comunicação para estimular o intercâmbio entre a reflexão teórico-conceitual e a prática profissional”.

Trata-se da missão que compete à Intercom desenvolver, de forma integrada com as associações congêneres, nos primeiros decênios deste enigmático século XXI.

Perfil da Intercom

Constituída por mais de mil associados de todas as regiões do país ou residentes no exterior, a Intercom é uma associação científica, interdisciplinar, sem fins lucrativos,

destinada a congregar professores, pesquisadores e profissionais, bem como a prestar serviços à comunidade.

Instituição de utilidade pública reconhecida pela Lei Municipal nº 28.135/89, foi fundada em São Paulo, SP, em 12 de dezembro de 1977. Participa da rede nacional de sociedades científicas capitaneada pela SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência). Está integrada às redes internacionais de Ciências da Comunicação como entidade representativa da comunidade acadêmica brasileira: Alaic (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), IAMCR (International Association for Media and Communication Research), IFCA (International Federation of Mass Communication Associations) e Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação).

Cada sócio está nucleado por afinidade temática, num dos Grupos de Pesquisa (GPs) estruturados sob a forma de redes nacionais que estudam fenômenos específicos – Gêneros Jornalísticos, Merchandising Social, Telenovelas Políticas, Mídia Caipira, entre outros – ou tratam de áreas do saber comunicacional – Comunicação Audiovisual, Organizacional, Folkcomunicação, Jornalismo, Propaganda, Semiótica, Fotografia, Tecnologias, Teorias da Comunicação, entre outras.

Suas atividades anuais mobilizam os associados de todo o país. A principal é o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom Brasil, megaevento pluritemático freqüentado por toda a comunidade científica da área. Os três últimos encontros, realizados em Santos, SP (2007), Brasília, DF (2006) e Rio de Janeiro, RJ (2005), registraram, em média, 3 mil participantes. Mas a associação promove também encontros intra-regionais de estudantes e professores, denominados Congressos Regionais de Ciências da Comunicação – Intercom Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. No biênio 2005-2007, foi organizado um evento especial destinado a integrar graduação e pós-graduação, academia e mercado. O Fórum em Defesa da Qualidade do Ensino de Comunicação – Endecom aconteceu em São Paulo, SP (2006) e Sorocaba, SP (2007).

Mas existem atividades periódicas, como por exemplo os Colóquios Bi-Nacionais de Ciências da Comunicação – reuniões de trabalho das equipes: Brasil/França, Brasil/Espanha, Brasil/Portugal, Brasil/Itália, Brasil/Dinamarca – ou americanos: Brasil/México, Brasil/Canadá, Brasil/Estados Unidos, Brasil/Argentina e Brasil/Chile. Os Seminários Temáticos são eventos realizados em parceria com universidades, empresas e organizações sociais para debater temas da agenda pública. A partir de 2007, ocupou papel de realce em nossa agenda o Café Intercom, que corresponde a eventos promovidos em parceria com a FNAC (São Paulo, SP) e a Biblioteca Nacional (Rio de Janeiro, RJ) para o lançamento de livros ou para a realização de palestras.

A linha de publicações tem constituído fator-chave para a legitimação acadêmica da entidade. Intercom Edições vem lançando livros, anais, coletâneas, bibliografias e

monografias produzidos pelos associados, organizados em seis coleções acessíveis na Livraria Virtual.

Além de *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, o mais antigo periódico da área, detentor do Conceito A no Sistema Qualis-Capes, circulando há 30 anos, cada semestre, em formatos impresso e digital, a associação edita dois periódicos especializados: *Inovcom – Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação*, periódico digital, destinado a difundir, a cada semestre, inovações científicas produzidas na universidade e no mercado; e *Iniciacom – Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação*, periódico digital destinado a difundir, a cada semestre, trabalhos relevantes produzidos pelos jovens engajados em projetos de iniciação científica nas universidades.

A *Coleção de Revistas de Ciências da Comunicação – Revcom* é uma hemeroteca digital, congregando os principais periódicos científicos da área nos países de língua portuguesa. Por sua vez, o *Jornal da Intercom* perfila-se como semanário digital, contendo informações de interesse da comunidade acadêmica, remetido por correio eletrônico.

Redes acadêmicas catalisam os interesses de públicos segmentados. A *Rede de Informação em Ciências da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa – Portcom* é um banco de dados que registra as fontes do saber comunicacional produzido no Brasil, em Portugal e nos países de língua portuguesa da África e Oceania. A rede *Intercom Júnior* destina-se a aglutinar estudantes dos cursos de graduação engajados ou interessados em projetos de iniciação científica, pesquisa experimental ou estudos laboratoriais no campo da Comunicação. Enquanto isso, a rede *Altercom* pretende aglutinar os egressos dos cursos de graduação, bem como os estudantes de programas de especialização que desenvolvam projetos de pesquisa empírica no campo da Comunicação.

Cinco prêmios, outorgados anualmente, despertam interesse coletivo. O Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação é disputado por pesquisadores e instituições. Enquanto o Prêmio Vera Giangrande é cobiçado por estudantes de graduação e o Prêmio Lígia Averbuck por estudantes de especialização, foram instituídos o Prêmio Francisco Morel para mestrandos e o Prêmio Freitas Nobre para doutorandos.

Transição institucional

Como associação acadêmica comprometida com os destinos da sociedade a que pertence e na qual atua responsabilmente, a Intercom tem vivido, nos últimos anos, um período de transição institucional.

Trata-se de processo balizado, no plano externo, pela *débâcle* do mundo socialista e a conseqüente ascensão dos Estados Unidos à condição de potência hegemônica. E, no

plano interno, pelo fortalecimento da democracia e pela alternância do poder republicano. Esse quadro produziu as condições para a ascensão, pela primeira vez na nossa História, de um partido político enraizado no mundo do trabalho, tendo que pactuar com as elites até agora dominantes a posse do poder constitucional que lhe fora outorgado pelos cidadãos por meio de eleições livres e soberanas.

Frente a essa conjuntura assaz complexa e enigmática, a diretoria que rege os destinos da Intercom no triênio 2005/2008 formulou um plano de metas baseado nas seguintes estratégias:

- I. Resgatar o protagonismo seminal da Intercom no âmbito da sociedade, intervindo regularmente no debate coletivo sobre as questões de natureza comunicacional, especialmente aquelas relacionadas com a formulação de políticas públicas para as indústrias midiáticas e as agências produtoras de info-entretenimento. Da mesma forma, reativar a participação nas decisões tomadas pelas agências governamentais de fomento à ciência e tecnologia, expressando as propostas e reivindicações da comunidade das Ciências da Comunicação.
- II. Promover o diálogo entre as instâncias basilares da vida universitária – graduação e pós-graduação –, de modo a assegurar que as pesquisas realizadas pelos cientistas brasileiros da Comunicação integrem necessariamente o repertório cognitivo dos profissionais que vão atuar no mercado de trabalho. Com base nisso, será possível criar fluxos interativos entre a academia, o mercado e a sociedade civil, possibilitando a inclusão de objetos socialmente relevantes na agenda dos grupos de pesquisa.
- III. Otimizar a cooperação internacional entre a comunidade acadêmica brasileira e suas congêneres sediadas em outros países, assegurando vias de mão dupla e, por isso mesmo, focalizando iniciativas comprometidas com o espírito da parceria intelectual. Trata-se, em verdade, de priorizar relações com países interessados em promover estudos comparados e em desenvolver projetos integrados.



- IV. Valorizar as modalidades de pesquisa relacionadas com a produção e difusão da cultura midiática, especialmente as de natureza laboratorial ou experimental, consolidando metodologias capazes de fortalecer a nossa identidade acadêmica e dar mais consistência ao diálogo interdisciplinar que nos desafia estatutariamente.
- V. Fortalecer a participação das novas gerações de pesquisadores da Comunicação na vida da nossa comunidade acadêmica. Nesse sentido, devemos ampliar os espaços destinados à difusão dos trabalhos de iniciação científica, bem como daqueles projetos que contêm alternativas de produção simbólica, oriundos dos cursos de graduação, aperfeiçoamento e especialização.

Ações de vanguarda

O dinamismo da Intercom situa-se no quadro de consolidação das Ciências da Comunicação como área científica, decorrente também da atuação de outras associações científicas e acadêmicas fundadas no apagar das luzes dos anos sessenta e limiar dos anos setenta do século passado.

Historicamente, a primeira entidade aglutinadora de estudiosos da Comunicação no Brasil foi a associação dos amigos do Icinform, criada por Luiz Beltrão, em Brasília, DF, nos idos de 1966-67. Apesar da existência de núcleos ativos em Brasília, DF, Recife, PE, São Paulo, SP e Porto Alegre, RS, o agrupamento dissolveu-se na esteira dos acontecimentos que determinaram a extinção do próprio Icinform¹.

Logo em seguida, fundou-se em São Paulo, SP (1969) uma associação voltada para o estudo da comunicação eclesial. Trata-se da UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação Social), que, embora persista até os dias de hoje, foi abandonando, no correr do tempo, o caráter inicialmente analítico e reflexivo para se tornar um núcleo militante de formação e produção.

Desde o pioneirismo da extinta Abepec (Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Comunicação), criada em 1972, passando pela Intercom (a mais antiga em atividade), 1977, foram criadas a Abecom, 1984; Compós, 1992; Socine, 1996; Folkcom, 1998; Forcine, 2000; Rede Alcar, 2001; e SBPJor, 2003. As mais recentes são a Ulepicc-Brasil 2004; FNPJ, 2005; Abrapcorp, 2006; ABCiber, 2006; e Compólítica, 2006.

Durante o XXX Congresso de Ciências da Comunicação, em Santos, SP (agosto de 2007), a Intercom promoveu o I Fórum das Sociedades Científicas da Comunicação

1 A última edição da revista *Comunicações & Problemas* (n. 11/12, 1969, p. 232) noticia um encontro dessas "sessões regionais" do Icinform, com indicação de ações planejadas para o Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

– I Socicom, com o objetivo de abrir um diálogo entre essas entidades. Ao final, foi constituída uma federação para representar, de modo articulado, os interesses da área frente aos órgãos públicos e privados, contribuindo para a formulação de uma política científica, tecnológica e de inovação.

O I Socicom contou com as presenças dos presidentes da Intercom, José Marques de Melo; da Compós, Erick Felinto; da Socine, José Gatti; da SBPJor, Elias Machado; da Abrapcorp, Margarida Kunsch; da Folkcom, Betânia Maciel; da Ulepcc-Brasil, Valério Brittos; da ABCiber, Eugenio Trivinho; do Forcine, Maria Dora Mourão; e do FNPJ, Gerson Martins. Contou, ainda, com o diretor da Compolítica, Adolpho Queiroz; do vice-presidente da Rede Alcar, Francisco Karam; e com o diretor da IAMCR, César Bolaño.

Como observadores, participaram o presidente e o diretor da Alaic, Erick Torrico (Bolívia) e Octavio Islas (México); a diretora da Fadecos, Mabel Grillo (Argentina); e do diretor da AE-IC, Francisco Sierra Caballero (Espanha). Tais entidades voltaram a se reunir durante o X Congresso Ibero-Americano de Comunicação, realizado no campus da Universidade de Guadalajara, México, no período de 21 a 23 de novembro de 2007, aprovando a constituição da Confederação Ibero-Americana de Associações Acadêmicas de Comunicação.

Na mesma ocasião, foi aprovado o *Protocolo de Guadalajara*, com a intenção de fortalecer a comunidade ibero-americana no panorama mundial das Ciências da Comunicação. O Protocolo foi inicialmente assinado por oito pesquisadores que exercem funções de liderança: José Marques de Melo (Brasil), Luis Humberto Marcos (Portugal), Rodrigo Gómez (México), Francisco Sierra (Espanha), Guillermo Mastrini (Argentina), Francisco Martinez (México), César Bolaño (Brasil) e Luís Albornoz (Espanha) e confirmado por 12 reconhecidos acadêmicos: Enrique Bustamante (Espanha), Enrique Sánchez Ruiz (México), Lucia Castellon (Chile), Eliseo Colón (Porto Rico), José Carlos Lozano (México), Eduardo Vizer (Argentina), Delia Covi (México), Florence Toussaint (México), Aymée Veja Montiel (México), Ramón Zallo (Espanha), Migdália Pinedo (Venezuela) e Mário Nieves (Cuba).

Unidade na diversidade

O papel vanguardista da Intercom tem se caracterizado também pelas iniciativas destinadas a romper as muralhas do gueto acadêmico, logrando maior interação com a sociedade.

O balanço 2005-2007 indica que a associação rapidamente vem alcançando resultados alentadores, como se pode ver pelos fatos destacados a seguir.

Nesse panorama, a dinamização dos Grupos de Pesquisa, realizada pela atual direto-

ria, vem neutralizando a tendência inercial que caracteriza muitos deles, convertidos em espaços receptores e seletores de papers para exposição e debate durante o congresso anual. Pretende-se converter os GPs em instâncias indutoras de estudos e pesquisas, criando redes integradas que atuem coletivamente, no sentido de produzir conhecimento relevante para a sociedade.

Para sair do gueto acadêmico, avaliou-se criteriosamente a estrutura do congresso anual, criando-se oportunidades para atrair a participação dos jovens profissionais que ingressem no mercado de trabalho e sentem necessidade permanente de reciclar seu referencial cognitivo. A seleção dos trabalhos inscritos no programa vem obedecendo a critérios de relevância social, inovação profissional e interesse público. Boa parte da produção acumulada nas universidades vem sendo direcionada para os Congressos Regionais, com periodicidade anual.

A inclusão da Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e de Alternativas Comunicacionais – sinalizou a abertura para atrair os jovens profissionais. Por outro lado, parcerias estabelecidas com as Organizações Globo e a Revista Imprensa garantiram a presença de profissionais jovens, destacando-se a equipe do Canal Futura.

Outro dado alvissareiro foram os Seminários Temáticos sobre Gestão de Indústrias Midiáticas e sobre Indústrias do Entretenimento, realizados respectivamente em 2007 e 2008 pela Rede Globo, no Rio de Janeiro, do qual participaram cerca de 30 sócios da Intercom. Na mesma linha de ação, inclui-se o Simpósio sobre Classificação Indicativa dos Programas de Televisão, efetuado em Santos, SP (2007), contando com a participação do Ministério da Justiça, da Abert e Abra, bem como do Sindicato dos Artistas.

Para fortalecer as Ciências da Comunicação, foram criados espaços de reflexão gnosiológica, em sintonia com as tendências internacionais da área.

Torna-se urgente, agora, implantar equipes interinstitucionais vocacionadas para sistematizar as contribuições brasileiras em setores como: epistemologia, taxionomia, terminologia, lexicologia e midiografia, entre outros.

Com a expectativa de ordenar a babel terminológica, construindo bússola taxionômica, existe a expectativa de mobilizar a nossa comunidade para radiografar os usos e costumes vigentes no Brasil, produzindo o *Dicionário Intercom de Ciências da Comunicação*. A idéia inicial era resgatar o projeto histórico *Temas Básicos em Comunicação*. Outras iniciativas nos segmentos da epistemologia e lexicologia continuam a desafiar a imaginação da nossa vanguarda acadêmica.

Instituindo uma política editorial em sintonia com as oportunidades criadas pela era digital, pretende-se intensificar as edições eletrônicas, sem descuidar das edições impressas, especialmente de manuais destinados aos cursos de graduação. Da mesma for-

ma, é desejável intensificar as co-edições com editoras universitárias, públicas ou comerciais, assegurando a maior circulação dos produtos gerados pelos NPs e outros organismos mantidos pela Intercom.

Feita a revisão das *Normas para a Edição de Coletâneas dos Grupos de Trabalho, dos Núcleos de Pesquisa, dos Colóquios Internacionais e dos Congressos*, a diretoria aprovou a criação da *Coleção Didática de Comunicação*, série destinada à publicação de títulos de manuais, com o selo Intercom, voltados para o público acadêmico dos cursos de graduação em Comunicação Social. O primeiro volume foi organizado pelo NP de Publicidade e Propaganda e publicado em parceria com a Editora Sulina.

Atenção especial mereceu a *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, cujo projeto foi revisto e reformulado. Em parceria com a Editora Paulus, foram publicadas as edições referentes aos XXIX e XXX volumes, também disponibilizadas para consulta na coleção eletrônica Revcom.

O planejamento e a organização do *Publicom – Encontro com Autores/ Editores de Publicações Recentes em Comunicação* – constituíram uma experiência destinada a valorizar os associados. Em novo formato, esse evento faz parte da estrutura do congresso nacional, incluindo, além das obras impressas, multimídia e websites. Assegura a realização de seis sessões simultâneas (Cibercultura e tecnologias da comunicação; Comunicação audiovisual – cinema, rádio e televisão; Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda; Jornalismo e Editoração; Mediações e interfaces comunicacionais; e Teorias da Comunicação) para a apresentação do conjunto dos lançamentos que estiverem inscritos nos Congressos Intercom 2006 e 2007. Além disso, os *Catálogos de Autores 2006 e 2007* do Publicom passaram a divulgar não apenas publicações impressas, mas todos os produtos recentes de difusão acadêmica.

Também vale a pena registrar o endosso que a Intercom vem dando ao movimento de livre acesso às publicações científicas, o que garante a presença de nossas publicações do Portal Capes. Ao realizar o I e II Encontro de Revistas Lusófonas de Ciências da Comunicação, a Intercom colocou-se na vanguarda desse segmento, conquistando credibilidade e legitimidade para figurar no mapa mundial da difusão do pensamento científico sobre a Comunicação.

Mantido pela Intercom como órgão complementar, desde a sua fundação, a Portcom – originalmente um “centro de documentação”, hoje estruturado sob a forma de “rede de informação” – vem enfrentando dificuldades institucionais para cumprir sua missão. Sem respaldo financeiro das agências de fomento, depende basicamente dos recursos orçamentários da Intercom para manter sua equipe permanente. A busca de parceiros na iniciativa privada foi pensada como alternativa para compensar o déficit operacional que tem impedido a expansão dos serviços prestados à comunidade. Enquanto isso, a Intercom vem investindo seus escassos recursos.



Em contrapartida, a Portcom vem assumindo a responsabilidade de processar todos os documentos resultantes do congresso nacional e dos eventos regionais ou temáticos, estocando-os em bancos de dados e disponibilizando-os para o livre acesso da comunidade. Tem igualmente oferecido suporte à preparação dos catálogos e anais do congresso nacional.

Numa outra linha de trabalho, vem mantendo a Coleção Revcom, destinada a socializar o conhecimento novo produzido pelas revistas científicas do campo comunicacional lusófono. A partir de 2007, a memória da Expocom foi inteiramente resgatada e socializada. E tem aberto perspectivas de cooperação internacional, como, por exemplo, o *Portal Franco-Brasileiro de Ciências da Informação e da Comunicação*, resultante da parceria Intercom/SFISC, com o apoio do Cendotec. Com o México, vem desenvolvendo atividades cooperativas, por meio do Iteso (Guadalajara), respaldando estudos bibliométricos comparativos de teses sobre Comunicação defendidas nos dois países.

Fortalecer a Portcom, garantindo condições básicas para o seu funcionamento regular, constitui requisito indispensável à busca de parcerias que assegurem a informação auto-sustentada. Pretende-se também criar fluxos para a circulação de conhecimentos demandados pelas empresas midiáticas, buscando identificar nos bancos de dados das universidades e centros de pesquisas aqueles documentos que preencham as expectativas dos profissionais e gestores empresariais, bem como do setor público.

Em 2007, foi construída a Galeria Digital *Quem é Quem nas Ciências da Comunicação*, cuja ambição é a de projetar as atividades desenvolvidas pelos sócios e suscitar maior intercâmbio entre eles. Todavia, a intensificação e a diversificação dos serviços já existentes continua a depender do dinamismo dos NPs e outros espaços coletivos, valendo-se do Portal Intercom para difundir suas atividades.

A prestação de serviços aos sócios, nos âmbitos cultural e científico, tem sido implementada em duas frentes: internacional e nacional.

No âmbito *nacional*, duas frentes foram abertas:

1. Parceria com as *universidades* para a realização de eventos destinados a evocar a trajetória de figuras emblemáticas da História do Pensamento Comunicacional. Em 2006, promovemos o *Ano Luiz Beltrão*; em 2007, foi realizada com muito êxito uma série de seminários denominada *Ana Barbosa Lima Sobrinho*.
2. Parceria com as *empresas*: a primeira iniciativa foi a montagem de grupos de professores e pesquisadores interessados em conhecer o Projac (Rede Globo). Foi realizada apenas uma visita com professores da Escola de Comunicação da UFRJ, em dezembro de 2005. Em 2007, outra comitiva da Intercom também fez idêntica visita, prevendo-se a continuidade em 2008.

No front *internacional*, contabilizamos programas de cooperação com a Espanha, Portugal, França, Canadá, Estados Unidos, México, Chile, Argentina e China.

Dessa maneira, os atuais dirigentes têm procurado ser fiéis ao lema “unidade na diversidade”, expressão singular dos pilares éticos da Intercom: pluralismo, liberdade, solidariedade. Trata-se de dar continuidade, em território nacional, àquele fortalecimento da comunidade acadêmica fomentada pela Unesco, há 50 anos, no bojo das iniciativas destinadas a transformar o conhecimento científico em alavanca do desenvolvimento humano e do progresso da sociedade.

Comunidade mundial

Em 1957, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) lançava em Paris a idéia de criar uma comunidade internacional de Ciências da Comunicação, coordenando os esforços nacionais já existentes. Alemanha, Inglaterra, Estados Unidos, França, Polônia, Itália já tinham conhecimento relevante estocado nesse campo. A intenção era capitalizar o conhecimento científico disponível nos países industrializados para o desenvolvimento das sociedades que permaneciam à margem do progresso (MARQUES DE MELO, 2003).

Dando consequência a essa meta, foi criada a Associação Internacional de Estudos e Pesquisas sobre Comunicação de Massa, que se tornou conhecida pelas siglas Aieri (mais difundida no mundo latino) ou IAMCR (usada em terras onde impera a língua inglesa).

Embora o Brasil tivesse participado da fundação dessa comunidade mundial, representado por Danton Jobim, uma comunidade nacional só seria constituída vinte anos mais tarde (MARQUES DE MELO, 2005). Depois de algumas tentativas frustradas, em função da conjuntura desfavorável, criou-se em 1977, em São Paulo, SP, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, que vingou, sobreviveu até agora. Como anotou Mattelart (1999), “o ano de fundação da Intercom culminou a idade de ouro da crítica ao sistema de comunicação mundial”. Shinar (2005) prefere dizer que o período foi fértil em “pesquisas pós-traumáticas”.

Desde então, confirmando sua “vocação latinoamericanista” (BARBERO, 1999), a Intercom manteve constante a interação da comunidade nacional com a internacional, ainda que marcada por hiatos e bloqueios. Em 1992 (Guarujá, SP) e 2004 (Porto Alegre, RS), os dois contingentes se encontraram em território nacional.

Em julho de 2008, a vanguarda da comunidade internacional, simbolizada pela IAMCR, reuniu-se em Paris para fazer um balanço dos avanços e retrocessos das Ciências da Comunicação. Tornava-se oportuno fazer também igual exercício crítico no momen-

to em que a comunidade nacional celebra, em São Paulo, SP, os 30 anos de fundação da Intercom.

Esse foi o propósito do VI Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação, realizado nos dias 11 e 12 de dezembro de 2007, em São Paulo, SP. Para liderar essa reflexão coletiva, foram convidados os representantes de duas gerações de pesquisadores da área. A tarefa foi confiada aos vencedores do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, no período 1997-2007 (HOHLFELDT & GOBBI, 2004). De um lado, a geração dos anos 1960-70, representada pelos detentores do troféu de maturidade acadêmica e, do outro lado, a geração dos anos 1980-90, representada pelas lideranças emergentes.

O campo do conhecimento

O campo das Ciências da Comunicação (MARQUES DE MELO, 1999) existe na sociedade brasileira há mais de 60 anos, desde que foram criados os pioneiros institutos de pesquisa de audiência da mídia e instalados os primeiros cursos superiores de Jornalismo. Os principais marcos são: a fundação do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) (1942) e o início das atividades didáticas da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero (1947).

Sua ampliação para incorporar novos segmentos comunicacionais (cinema, editoração, Relações Públicas, radio-teledifusão, lazer, divulgação científica, extensão rural) somente ocorreu a partir dos anos 1960, quando se fortalece a indústria midiática em território nacional.

Verifica-se ao mesmo tempo uma mudança nos espaços de geração de conhecimentos novos: as emergentes escolas de comunicação iniciam atividades regulares de pesquisa. A instituição pioneira foi a Universidade Católica de Pernambuco, onde Luiz Beltrão funda o Icinform (Instituto de Ciências da Informação) (1963), vindo logo a seguir a Universidade de Brasília (1965) e a Universidade de São Paulo (1967), cujas faculdades de Comunicação instituem programas de doutorado na área.

Nesse momento uma comunidade acadêmica constituída por professores-pesquisadores começa a se configurar. Os cursos de pós-graduação em Comunicação, enclavados nas universidades, absorvem os primeiros doutores diplomados em instituições estrangeiras ou titulados no próprio país.

Constitui-se, portanto, uma rede de cientistas da Comunicação dotada de perfil híbrido. Alguns pertencem aos diferentes setores da comunicação de massa (com hegemonia do Jornalismo), outros procedem das disciplinas conexas (Humanidades e Ciências Sociais). Pouco a pouco, essa comunidade vai adquirindo visibilidade social (LOPES, 2000).

Comunidade nacional

A função da comunidade acadêmica das Ciências da Comunicação tem sido a de registrar sistematicamente, em livros e revistas, bem como avaliar regularmente em congressos e seminários, além de disseminar cotidianamente nas salas de aula das universidades ou divulgar em publicações de ampla circulação.

Essa comunidade atua principalmente no espaço universitário, que corresponde hoje a cerca de 887 unidades de ensino e pesquisa da Comunicação, distribuídas por todo o território nacional, sendo 836 no nível de bacharelado conforme inventário feito pelo Inep (Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos) e 41 de pós-graduação registrados pela Capes – fundação encarregada de credenciar e avaliar os programas de pós-graduação.

Sua distribuição é bastante desigual no conjunto da geografia brasileira, com uma concentração na região sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais), onde está localizada quase metade (412) dos programas de estudos de licenciatura e três quartos (26) dos programas de mestrado/doutorado. Isso reflete naturalmente a localização, nessa região, do bloco hegemônico da indústria de conteúdos que funciona no país, constituindo o mercado de trabalho que mais assimila a mão-de-obra diplomada.

As outras regiões participam de forma diferenciada do processo de formação de recursos humanos e de produção de conhecimento novo, como se nota no quadro seguinte:

| Região | Bacharelado* | Pos-Graduação** |
|-----------------------|--------------|-----------------|
| Norte | 51 | 0 |
| Centro Oeste | 91 | 3 |
| Sul | 131 | 8 |
| Nordeste | 151 | 4 |
| Sudeste | 412 | 26 |
| Total | 836 | 41 |
| Fontes: *Inep **Capes | | |

Os programas de bacharelado estão estruturados em carreiras profissionais. Uma pesquisa exploratória (por amostragem) feita pela Cátedra Unesco/Methodista de Comunicação (2007) permite deduzir que as mais demandadas são Publicidade, Propaganda e Marketing, que engloba 39% das unidades de ensino, e Jornalismo, que corresponde a 33%. O segundo bloco é formado por Relações Públicas (15%) e Radialismo/Televisão (7%). As carreiras menos procuradas são: Multimídia (2%), Produção Editorial/Cultural (2%), Audiovisual (1%) e Meios Digitais (1%).

Fazendo uma projeção dessas porcentagens em relação ao universo, é possível estimar em números absolutos a seguinte distribuição dos cursos:

| Habilitações | Cursos |
|-------------------------------------|------------|
| Publicidade, Propaganda e Marketing | 326 |
| Jornalismo | 275 |
| Relações Públicas | 125 |
| Radialismo/Televisão | 58 |
| Audiovisual | 17 |
| Produção Editorial/Cultural | 17 |
| Multimeios | 9 |
| Meios Digitais | 9 |
| Total | 836 |

O bacharelado no campo da Comunicação ocupa o 5º lugar no ranking nacional do ensino superior, logo depois de Administração (1º), Pedagogia (2º), Direito (3º) e Letras (4º), que têm mais alunos matriculados.

A população estudantil no ano de 2005 incluía 197.068 alunos nos distintos ramos da Comunicação. Nesse período, houve a entrada de 56.139 novos alunos e a saída de 33.532 diplomados. Isso indica que 5 em cada grupo de 10 estudantes concluem os estudos. Em outras palavras, o índice de evasão fica em torno dos 49%.

Quem investe na manutenção dessa rede nacional de ensino e pesquisa da Comunicação? O Estado tem maior participação na pós-graduação do que no bacharelado. Mais da metade (24) dos programas de mestrado/doutorado funciona em universidades públicas estatais (tanto federais quanto estaduais), ficando a participação das universidades privadas reduzida a 17 instituições, principalmente nas universidades confessionais (católicas e protestantes). Em contraste, a presença estatal é quase simbólica nos programas de bacharelado. O exemplo do curso de Jornalismo é bem ilustrativo: 83% das habilitações estão ancoradas em universidades privadas e apenas 17% em universidades públicas. Mas, na realidade, o Estado tem um protagonismo mais amplo, por meio da outorga de bolsas, particularmente destinadas aos jovens negros, indígenas, deficientes ou carentes, que financiam o estudo de expressiva parcela de alunos matriculados nas universidades privadas.

A vanguarda da comunidade acadêmica do campo comunicacional é constituída por uma constelação de 14 sociedades científicas e associações educacionais distribuídas em 3 grupos:

Entidades interdisciplinares (2): Intercom (1977) (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e Abecom (1980) (Associação Brasileira de Escolas de Comunicação).

Entidades paradisciplinares (6): Compós (1990) (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação); Folkcom (1998) (Rede Brasileira de Pesquisa em Folkcomunicação); Redealcar (2001) (Rede Alfredo de Carvalho para o Resgate da Memória da Imprensa a Construção da História da Mídia); Ulepicc-Brasil (2002) (União Latina de Economia Política da Informação e da Comunicação); Compolítica (2006) (Associação Nacional de Comunicação Política); ABCiber (2007) (Associação Brasileira de Ciberultura).

Entidades monodisciplinares (7): ABRP (1954) (Associação Brasileira de Relações Públicas); Socine (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual); Forcine (Fórum Nacional de Cursos de Cinema e Audiovisual); SBPJor (2005) (Sociedade Brasileira de Pesquisadores do Jornalismo); ABJC (1977) (Associação Brasileira de Jornalismo Científico); FNPJ (1997) (Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo); e Abrapcorp (2006) (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas).

No plano internacional, as entidades brasileiras estão filiadas às seguintes associações mundiais ou regionais:

Mundiais (3) - IAMCR (1957) (International Association for Media and Communication Research); IFCA (1991) (International Federation of Communication Associations).

Regionais (5): ICA (1950) (International Communication Association); Lusocom (1998) (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação); Alaic (1978) (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación); Felafacs (1985) (Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación); Eptic (2000) (Red Latina de Economía Política de la Información y de la Comunicación).

No marco da celebração dos 30 anos da Intercom, a mais antiga sociedade acadêmica do campo ibero-americano, essas entidades estiveram reunidas para dialogar sobre formas de cooperação interinstitucional e de formulação de demandas coletivas às agências de fomento científico. As associações nacionais se reuniram em Santos, SP, em setembro de 2007. As associações ibero-americanas fizeram seu encontro em Guadalajara, México, em novembro do mesmo ano. Desses encontros resultou a constituição de uma federação brasileira – Socicom – e de uma confederação ibero-americana – Ciberamericom – de associações acadêmicas de comunicação.

Referências

BARBERO, Jesus Martin. Lo que la investigación latinoamericana de comunicación debe al Brasil. In: LOPES, Maria Immacolata (org.). *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, 1999. p. 49-74.

- BRAGANÇA, Anibal e MOREIRA, Sonia Virginia (orgs.). *Comunicação, acontecimento e memória*. São Paulo: Intercom, 2005.
- CIMADEVILLA, Gustavo. Reconocernos en la diferencia para conocernos en la cooperación. Como empezar?. In: HAUSSEN, CIMADEVILLA & MORAIS (orgs.). *A comunicação no mercado digital*. Santos: Intercom, 2007. p. 255-274.
- HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Cristina. *Teoria da comunicação, antologia dos pesquisadores brasileiros*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata V. de. A institucionalização dos estudos de comunicação no Brasil. In: LOPES, Maria Immacolata V. de & BUONANO, Milly (orgs.). *Comunicação no plural*. São Paulo: Educ/Intercom, 2000.
- MARQUES DE MELO, José. A constituição da comunidade acadêmica brasileira no campo das ciências da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata (org.). *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, 1999. 49-74.
- _____. *História do pensamento comunicacional*. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____. Memória em movimento: a participação brasileira na comunidade mundial das ciências da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata et al. *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Paulo: Intercom, 2005. p. 90-15.
- MARQUES DE MELO, José e PAIVA, Raquel. *Ícones da sociedade midiática*. Rio: Mauad, 2007.
- MATTELART, Armand. Vinte anos de pesquisa ou das certezas para a ambivalência. In: LOPES, Maria Immacolata (org.). *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, 1999. p. 15-30.
- PERUZZO, Cícilia e MOREIRA, Sonia Virginia. *25 anos da Intercom*. São Paulo: Intercom, 2002.
- SHINAR, Dov. Pesquisas pós-traumáticas no campo da comunicação: o caso brasileiro. In: LOPES, Maria Immacolata et al. *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Paulo: Intercom, 2005. p. 127-133.

