



José Marques de Melo e o Pensamento Comunicacional Brasileiro. Proposta de uma cartografia nacional

Maria Cristina GOBBI¹

Resumo:

A reflexão e a revisão teórica sobre as contribuições de José Marques de Melo para a formação do pensamento comunicacional brasileiro foi definida em três momentos. O primeiro, a partir da história e da memória como recortes temporais para possibilitar a reflexão crítica daquilo que foi produzido. A outra considera o desenvolvimento dessa corrente de pensamento e de sua representatividade nacional e internacional, desenhado na perspectiva defendida por Marques de Melo. Em seguida, a contribuição do mestre não somente para esse diálogo, mas para o incremento das pesquisas na área.

Palavras-chave:

José Marques de Melo. Pensamento Comunicacional Brasileiro. Memória. História.

José Marques de Melo and Brazilian Research in Communication. Proposal for a national cartography

Abstract:

The reflection and the theoretical revision on the contributions of José Marques de Melo to the formation of the Brazilian communicational thought was defined in three moments. The first, from history and memory as temporal cuts to enable the critical reflection of what was produced. The other considers the development of this current of thought and their national and international representation, drawn from the perspective defended by Marques de Melo. Then the teacher's contribution not only to this dialogue, but to the development of research in the area.

Keywords:

Jose Marques de Melo. Brazilian Research in Communication. Memory. History.

José Marques de Melo y el Pensamiento Comunicacional Brasileño. Propuesta de una cartografía nacional

Resumen:

La reflexión y la revisión teórica sobre las contribuciones de José Marques de Melo para la formación del pensamiento comunicacional brasileño se definió en tres momentos. El primero, a partir de la historia y de la memoria como recortes temporales para posibilitar la reflexión crítica de lo que fue producido. La otra considera el desarrollo de esa corriente de pensamiento y de su representatividad nacional e internacional, diseñado en la perspectiva defendida por Marques de Melo. A continuación, la contribución del maestro no sólo para ese diálogo, sino para el incremento de las investigaciones en el área.

Palabras clave:

José Marques de Melo. Pensamiento Comunicacional Brasileño. La memoria. Historia.

Diálogo bibliográfico preliminar

A memória, na medida em que se relaciona com o passado, constitui um elo indiscutível entre o presente e esse passado (que pode ter, inclusive, uma temporalidade difícil de precisar). Trata-se de uma espécie de ponte que conecta, articula e relaciona

¹ Livre docente em História da Comunicação e da Cultura na América Latina, professora da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). E-mail: mcgobbi@terra.com.br





elementos temporais, espaciais, identitários e, também, históricos. Deve-se salientar ainda que, assim como a história não é neutra, também não há neutralidade nos registros da memória. Deste modo, como a memória valida a identidade pessoal, a história garante a autoconsciência coletiva. Mas, enquanto o conhecimento histórico apresenta significativa resistência à passagem do tempo (uma das principais razões da história é conservar o conhecimento do passado), a maioria das lembranças morre com seus possuidores. Lowenthal (1998) acresce, ainda, que a história diz coisas a respeito do passado que aqueles que o viveram não as (re)conhecem como seu presente; a memória não consegue fazer isso.

Assim sendo, a necessidade de lembrar é, talvez, a principal atribuição da memória. Sem memória não existiriam referências, construções ou experiências. A memória individual que interage com a de outros indivíduos, vincula-se à memória do grupo, formando parte dessa memória coletiva. A lembrança individual torna-se de domínio coletivo, assumindo os valores, a língua, os traços culturais e as vivências que passam a ser comuns, assim como a elaboração da memória e das novas lembranças (GIRON, 2000, p. 27). São os indivíduos que lembram, mas são os grupos sociais que determinam o que deve ser lembrado e como deve sê-lo.

Na medida em que os indivíduos se pautam pelos elementos que os identificam e vinculam essas lembranças a um determinado grupo, acabam assumindo para si lembranças que, em realidade, não viveram diretamente (BURKE, 2000). Assim, lembrar e esquecer são ações que implicam em seleção de informações, o que significa dizer que não há memória sem esquecimento.

Destarte, é neste contexto que o desafio de falar do professor José Marques de Melo e de sua contribuição para a construção do pensamento comunicacional brasileiro pretende caminhar, regatando a memória através dos acontecimentos, da sua história pessoal e da cultura social para, então, entender os cenários do presente e desenhar o futuro.

Considerando o processo comunicativo em primeira instância e os temas que tratam da construção do pensamento comunicacional brasileiro - a partir do perfil comunicativo e das contribuições do professor José Marques de Melo -, o conjunto resultante se descortina como estratégia de fortalecimento das comunidades científicas da comunicação no Brasil, tendo como mote o *Mass Communication Research*, desenhado em meados do século passado.



Assim, a partir do conhecimento gerado, será possível expandir as possibilidades de intercâmbio informacional e a geração de proposta para a ampliação das relações estabelecidas entre as regiões nacionais e os cenários da América Latina, especificamente no que tange a cultura, aos processos comunicativos e midiáticos, sob a perspectiva do mestre Marques de Melo.

Estabelecendo uma relação entre história, memória, cultura, processos comunicativos, esquecimento, José Marques de Melo e mídia nosso direcionamento está respaldado pelas assertivas de Peter Burke (2000), onde ele trata a História como Memória Social, e considera que antes de tudo o historiador é uma espécie de “lembrador”, guardião da memória dos acontecimentos. Porém, mesmo relatando fatos e resgatando a memória, como Burke (2000) reforça, há uma seleção, ainda que inconsciente, daquilo que se pretende conservar ou esquecer, por isso é simplório demais afirmar que a memória reflete o que aconteceu e a história reflete a memória.

Ao analisar os espaços comunicativos no âmbito da memória constitutiva a partir do legado do professor José Marques de Melo, os resultados podem demonstrar uma diversidade de nuances “[...] que apresentaram o passado de maneiras muito diversas (concentrando-se em acontecimentos e estruturas, em grandes homens ou na população em geral, segundo o ponto de vista em que se enquadram” (BURKE, 1992, p. 237). Trata-se, como Burke (2000, p. 237) assinalou, de um “[...] complexo processo de seleção e de interpretação numa fórmula simples, e sublinha a homologia existente entre as maneiras como o passado é registrado e recordado”. Por outro lado, não se pode deixar de dimensionar e considerar que há acontecimentos que podem ser analisados sob o manto da vida social, dos cenários onde ocorrem, das perspectivas da cultura, dos olhares das entidades comunicativas, dos pesquisadores que dialogam nesse campo do conhecimento e do público, entre muito outros.

Dessa forma, comungando com autores que defendem o conceito de que a memória social permite observar de diferentes maneiras um acontecimento, então esse, seja qual for o tempo, recebe influência das ideias dos grupos a que pertencem os indivíduos (BURKE, 2000). Do mesmo modo, a linha que separa a memória e o esquecimento é tênue e isso torna qualquer relato do passado digno de confiança para o grupo representado como qualquer outro acontecimento histórico de grande repercussão. É o que Burke (2000) chama de história social da recordação.

As ações transmitem recordações tal como transmitem práticas, de mestre a aprendiz, por exemplo. Muitas delas não deixam vestígios



que possam vir a ser estudados por historiadores posteriores, mas as ações rituais, em particular, são freqüentemente registradas, bem como os rituais de “comemoração” (...). Estes rituais são recriações do passado, atos de memória, mas são também tentativas para impor determinadas interpretações do passado, para moldar a recordação. São, em todos os sentidos, representações coletivas. (BURKE, 2000, p. 240).

Burke (2000) também menciona o espaço como ponto fundamental do entendimento da história social. Seria “[...] a importância de ‘colocar’ as imagens que se desejam recordar em locais particulares como em palácios de memória, ou teatros de memória” (BURKE, 1992 p. 241). Assim, é importante entender porque algumas culturas desejam recordar o seu passado e outras querem esquecer. Esta é a importância do acontecimento para aquele grupo, naquele espaço-tempo e a relação que se estabelece entre o lugar e a memória. Este movimento de lembrar e de esquecer é o que Burke (2000) chama de “amnésia social”. (BURKE, 2000, p. 240).

Portanto, compreender a complexidade propiciada pelos processos comunicativos, especialmente pela diversidade de temas, versões, autores, espaços, aceleração do instantâneo, diminuição da compreensão temporal entre o acontecimento e sua percepção social, é buscar o estabelecimento de uma relação entre memória, esquecimento e história. Para isso, é necessário compreender a complexidade de opções, argumentos e possibilidades que são descortinadas pelas escolhas pessoais e permitir a concepção de experiências que fogem, muitas vezes, ao entendimento cartesiano de tempo passado e do acontecimento. É abarcar experiências tão improváveis quanto desafiadoras entre a memória e o esquecimento.

Especialistas como Halbwachs (2013) afirmam que as memórias individuais, embora não restritas ao jogo de seleção, são resultados das memórias coletivas dos grupos sociais. Para o pesquisador, a pluralidade da memória é observada na ação da sociedade, em termos socioeconômicos, culturais, políticos e incluiríamos igualmente os comunicacionais. A memória é atualizada de acordo com os interesses que permeiam os planos sociais no presente e no futuro. Não é algo pronto, acabado. Para ele, “[...] a memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva” (2013, p. 30), pois só assim nos identificamos enquanto sujeitos portadores de uma história, que é resultado das lembranças e da memória social construída.

Assinalado o aporte teórico-metodológico escolhido para o texto, é prudente marcar que as reflexões resultantes não objetivam definir de maneira unívoca e





exclusivista a formação e o desenvolvimento do pensamento comunicacional brasileiro, mas faz um recorte a partir de uma parcela do legado deixado pelo professor José Marques de Melo. São contribuições que consideram não somente os acontecimentos, mas, e muitas vezes, o protagonismo do mestre, apontando algumas de suas escolhas para delinear esse panorama para o campo comunicacional.

Marcos fundadores do pensamento comunicacional

Refletir sobre a participação brasileira na comunidade mundial das Ciências da Comunicação, tal como assinalado pelo professor José Marques de Melo no Livro *Pensamento comunicacional brasileiro*², editado pela Intercom em 2005, é escolher, entre tantas possibilidades, um ponto de partida. Distinguimos, assim, a conjuntura do pós-guerra e da Guerra Fria³. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), “[...] empenha-se em criar condições para o fortalecimento das comunidades acadêmicas no âmbito das ‘ciências sociais’, organizando inventários bibliográficos e estimulando reuniões internacionais” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 10). O objetivo central era o de “[...] produzir repertórios cognitivos (*state of art*) em diversas disciplinas” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 10). Mas os resultados apontaram que, além das demandas por conhecimentos novos, havia uma carência de estudos “[...] holísticos, prospectivos e comparativos” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 10).

Então, para lograr sucesso, organiza e forma-se uma comunidade de pesquisadores da Comunicação, como já vinha ocorrendo em áreas, como a Sociologia, a Antropologia e a Política. Não obstante, a Conferência Constitutiva da Associação Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Informação (AIERI), realizada em dezembro de 1957, reuniu pesquisadores de diversos países, que confluíram para o que conheceríamos posteriormente como *Mass Communication*. Estavam presentes Fernand Terrou e Jacques Kayser (França), que já mantinham o Instituto Francês de Imprensa, bem como Raymond Nixon (Estados Unidos), que dirigia a Association for Education in Journalism e editava a já renomada revista *Journalism Quarterly*. Outros

² A versão original do texto foi apresentada no Seminário “O pensamento comunicacional brasileiro”, realizado na cidade de Porto Alegre, no dia 25 de julho de 2004, como atividade integrante da XXIV Conferência Internacional da International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

³ A Segunda Guerra Mundial (1945) e a Guerra Fria (1947-1991) constituem o ponto de partida da reflexão sobre a formação do Pensamento Comunicacional Brasileiro, resgatando as conjunturas definidas por José Marques de Melo.





pesquisadores aderiram ao grupo, como: Francesco Fatorello e Domenico de Gregório (Itália), Jacques Bourquin (Suíça), Mieszyslaw Kafel (Polônia), Jiri Pilar e Vlamidir Klimes (Tchecoslováquia), entre outros. O Brasil esteve presente, sendo representado por Danton Jobim, que na época era editor do jornal *Diário Carioca* e professor do curso de Jornalismo da Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro. O convite para sua participação foi feito por Jacques Kayser e tinha como respaldo não somente o fato de Jobim transitar entre o mercado e a academia, mas também porque ele havia ministrado um curso na Sorbonne, publicado sob a forma de livro com o título *Introduction au Journalisme Contemporaine* (1954). Igualmente, alguns de seus textos eram divulgados no exterior, em especial *French and US: influences upon the Latin American Press* (MARQUES DE MELO, 2005).

A associação foi consolidada em outubro de 1959, em Milão, Itália, e integrada por diversos expoentes, tais como: “[...] acadêmicos (vinculados a instituições universitárias), profissionais (representantes de organizações sindicais ou de empresas midiáticas) e funcionários (representantes governamentais ou técnicos vinculados a agências internacionais)” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 11).

Desenhado esse aporte inicial, como foi a entrada da comunidade brasileira na cena internacional? A resposta pode ser encontrada na continuidade da reflexão.

O protagonismo brasileiro

O professor José Marques de Melo se filiou à AIERI, com as bênçãos do professor José Freitas Nobre, que havia sucedido Danton Jobim na entidade. Por essa mesma época, se juntou a eles, também, o professor Julio Garcia Morejón (primeiro diretor da ECA-USP). Já nos anos de 1970, Fernando Perrone (exilado em Paris por conta da Ditadura Militar de 1964) e Nelly de Camargo, então docente da ECA-USP, se somam ao grupo. Aliás, como relata o professor Marques de Melo, foi Perrone “[...] que cogitou uma maior integração da comunidade brasileira com a comunidade internacional de Ciências da Comunicação” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 12), propondo, inclusive que o Brasil fosse sede de uma conferência bienal. Afiança, ainda, o professor Marques que isso se tornou possível a partir da consolidação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 1992, no Guarujá (SP), e depois em 2004, em Porto Alegre (MARQUES DE MELO, 2005, p. 12).





Com o fortalecimento da Intercom, a interlocução com lideranças internacionais foi ampliada de maneira significativa. A comunidade internacional representava um grupo de autores que fazia parte do repertório teórico das pesquisas no Brasil e que tiveram a oportunidade, pela Intercom, de ter os primeiros contatos com a comunidade brasileira. Dentre eles, o professor Marques destaca

[...] os europeus Armand Mattelart, Adriano Duarte Rodrigues, Enrique Bustamante, Bernard Miège, os norte-americanos Everett Rogers, Emile McAnany, Joseph Straubahaar, os latino-americanos Rafael Roncagliolo, Jesus Martín-Barbero, Nestor Garcia Canclini, Juan Gargurevich, Javier Esteinou Madrid, o australiano John Sinclair, entre outros. (MARQUES DE MELO, 2005, p. 12).

Porém, a internacionalização representativa, que abriu possibilidades de um diálogo mais amplo e expressivo, ocorreu somente em 2002, no Congresso mundial da AIERI em Barcelona. Marques de Melo avigora que, na ocasião, foram definidas três frentes de atuação, resultado principalmente da presença já atuante da comunidade brasileira nos eventos da Instituição, cujo resultado logrou êxito na “[...] participação brasileira na comunidade mundial de Ciências da Comunicação” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 13-14). A primeira frente foi a filiação significativa de pesquisadores brasileiros, que permitiu a escolha do Brasil como sede do evento, atividade ocorrida no Guarujá (SP), em 1992. Nos anos seguintes, houve intensificação dessa participação nos eventos de Seul (1994), Sidney (1996), Glasgow (1998) e Barcelona (2002), levando o Brasil a sediar outra edição da conferência, realizada em Porto Alegre, em 2004 (MARQUES DE MELO, 2005, p. 13-14).

A segunda frente de atuação foi a “[...] liderança assumida pelo Brasil na reconstituição da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)”, resultando no fortalecimento da comunidade latino-americana de Ciências da Comunicação, consequência da gestão de José Marques de Melo (1989-1992) e de Margarida M. K. Kunsch (1998-2005) frente à entidade latino-americana⁴ (MARQUES DE MELO, 2005, p. 14). E o terceiro e último efeito assinalado pelo professor José Marques de Melo (2005, p. 14) sobre a representatividade nacional foi o desenvolvimento de espaços de interlocução entre a comunidade nacional e internacional, com a realização de colóquios binacionais.

⁴ Para conhecer mais sobre o papel da ALAIC na formação do Pensamento Comunicacional pode-se consultar o livro *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC*, de Maria Cristina Gobbi (2008, Cátedra Unesco/Umesp).





A primeira iniciativa foi o Colóquio Brasil-França, parceria entre a Intercom e a Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFISC), ocorrido em São Paulo, em 1992. Desde então, vários são os eventos e os países que realizam a atividade, dentre os quais citamos: Argentina, Canadá, Chile, China, Dinamarca, Espanha, Estado Unidos, França, Grã-Bretanha, Itália, México e Portugal, tendo ocorrido mais de 22 eventos, formando uma verdadeira rede comunicativa internacional. Os vários resultados podem ser encontrados em livros, que têm sido publicados a cada encontro realizado.

As ações, a partir de então, têm sido estímulos ao diálogo internacional na busca por respostas que possam reconhecer e divulgar internacionalmente as matrizes do pensamento comunicacional brasileiro. E neste quesito o professor José Marques de Melo é considerado um dos grandes artífices.

Contribuições de José Marques de Melo ao Pensamento Comunicacional Brasileiro

Sintetizando parte do legado do mestre José Marques de Melo, é possível afiançar não somente o reconhecimento internacional, mas a formação de uma comunidade nacional, cuja cartografia está explicitada no livro *Teoria e metodologia da Comunicação. Tendências do século XXI*, editado pela Paulus, em 2014.

A partir de um “[...] conjunto heterogêneo de fontes” (2014, p. 63), Marques de Melo apresenta um repertório da historiografia comunicacional brasileira, constituído por livros e coletâneas⁵. Para permitir a organização desse vasto material, ele se valeu da sistematização das fontes proposta por Löblich e Scheu (2011), que definem cinco categorias de análise historiográfica: a intelectual, ligada à formação do pensamento comunicacional; a bibliográfica, que traz as fontes autorais; a institucional, evidenciando o legado das instituições; a disciplinar, relacionada ao estatuto das profissões comunicativas e, finalmente, a contextual, que evidencia as conjunturas dessa formação.

Seguindo as categorias definidas por Löblich e Scheu (2011), Marques de Melo (2014) traz em seu texto a contribuição para a formação do pensamento comunicacional nacional ancorado em uma revisão contemporânea da literatura “teuto-franco-americana”, que permite desenhar a cartografia nacional.

⁵ Marques de Melo argumenta ser necessária a ampliação para incluir a literatura cinzenta “[...] especialmente teses e dissertações, bem como artigos em periódicos e anais, escassamente consultados” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 63).





No que tange à história intelectual, o primeiro esboço foi desenvolvido em 1965 por Luiz Beltrão, contido no texto “La investigación científica de los medios de información”, que posteriormente foi incluído no livro *Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva*⁶. Em seguida, Beltrão retoma o tema em 1967 quando apresenta o texto “A pesquisa dos meios de comunicação e a universidade”, na Faculdade Cásper Líbero⁷.

Marques de Melo, por sua vez, inquieto com os resultados apontados pelo mestre e tendo como ponto de partida as pesquisas realizadas em sua monografia de pós-graduação apresentada ao Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), em meados dos anos de 1960, empreende um inventário nacional. A pesquisa objetivava desvendar como se dava a formação e os avanços ocorridos nas pesquisas sobre o pensamento em comunicação no Brasil, na época. Traçou um quadro das “[...] iniciativas vigentes no âmbito empresarial, bem como das ideias circulantes na academia brasileira⁸”. Posteriormente revisto, os resultados foram disponibilizados no livro *Comunicação Social: teoria e pesquisa*, editado pela Vozes, em 1970 (MARQUES DE MELO, 2014, p. 64).

Porém, a prevalência de fontes de inspiração norte-americanas, especialmente se comparadas com aquelas oriundas de outros espaços de influência, como as europeias, por exemplo, sempre foi uma inquietude do professor Marques. Assim, como ele mesmo afirma, “[...] curioso para saber o que os ianques sabiam sobre os fenômenos da comunicação no Brasil, peregrinou pelas bibliotecas universitárias deparando-se com um volume considerável de fontes” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 64). Os resultados desse trabalho de pós-doutoramento foram divulgados no livro *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil*, editado em 1976. Em 1984, com a ajuda principal da professora Ada Dencker (e outros colaboradores), realizou o levantamento das fontes nacionais, reunidas na publicação *Inventário da pesquisa em comunicação no Brasil, 1883-1983*, publicado pela Intercom no mesmo ano (MARQUES DE MELO, 2014).

⁶ Organizado por Jorge Fernández, editado pelo Ciespal, em 1965.

⁷ O material está disponibilizado na coletânea *Panorama atual da pesquisa em comunicação*, editada por José Marques de Melo, em 1968.

⁸ O material foi inicialmente publicado na revista *Comunicação & Problemas*, editada por Luiz Beltrão, no Icinform, em 1966. Posteriormente, no opúsculo *A pesquisa em Comunicação: origens, evolução e tendências*. (São Paulo, Cásper Líbero, 1968).



Ainda dentro da perspectiva da história intelectual, categoria definida inicialmente, Marques de Melo desenha um conjunto de referência muito interessante das contribuições nacionais, disponibilizadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Síntese das contribuições para a formação do pensamento comunicacional brasileiro, na categoria da história intelectual

Autor	Publicação	Contribuição na perspectiva de José Marques de Melo
Luiz Costa Lima	Revista <i>Tempo Brasileiro</i> .	Historiciza criticamente as teorias sobre comunicação e cultura de massas em circulação.
Ecléa Bosi	Cultura de massa e cultura popular, leitura e operárias (Vozes, 1972).	Discutiu a relação entre comunicação, cultura de massa e cultura popular.
Samuel Pfofmm Neto	Tecnologia da educação e comunicação de massa (Pioneira, 1976).	Documentou as fontes psicopedagógicas que nutrem a pesquisa brasileira.
Renato Ortiz	A moderna tradição brasileira, cultura brasileira e indústria cultural (Brasiliense, 1988).	Desentranha as ideias que embasaram nossa “indústria cultural”, ensejando a “moderna tradição brasileira”.
Lucia Santaella	Cultura das mídias (Razão Social, 1992).	Resgata as fontes de inspiração semiótica que podem iluminar o caminho dos estudiosos da nossa “cultura das mídias”.
Francisco Rüdiger	Ciência social crítica e pesquisa em comunicação social (Unisinos, 2002).	Revisão das correntes intelectuais na tentativa de discernir a “trajetória histórica” da nossa pesquisa em comunicação como “ciência social crítica”.
Ana Paula Goulart Ribeiro e Michael Herschmann	Comunicação e História (Mauad, 2008).	Realizam uma análise pluridisciplinar, ampliando o objeto de estudo além das fronteiras entre os dois segmentos claramente enunciados para incluir enfoques de disciplinas conexas.

Fonte: MARQUES DE MELO (2014, p. 65), adaptado pela autora para este texto (2018).

Considerando parte desse repertório, uma nova questão começou a permear as pesquisas de Marques de Melo, que objetivava entender o cenário de construção do pensamento comunicacional brasileiro, qual seja, *Quais são os projetos intelectuais hegemônicos e as tendências observadas no país?* O texto “Pedagogia da comunicação: experiências brasileiras” mostra os avanços em regiões como Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Porto Alegre e Recife. O material foi disponibilizado em 1974, no livro *Contribuições para uma pedagogia da comunicação*, editado pela Paulinas. Mas suas pesquisas não pararam. Em 2003, 2004, 2008 e 2010 “[...] faria um balanço do

pensamento comunicacional brasileiro, seja em suas conexões com outros espaços geopolíticos, seja cruzando os caminhos com outras áreas do conhecimento humanístico” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 65-66), sistematizadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Síntese das contribuições de José Marques de Melo para a formação do pensamento comunicacional brasileiro, na categoria da história intelectual

Publicação
Historia do pensamento comunicacional (Paulus, 2003)
História social da imprensa (Edipucrs, 2003)
A esfinge midiática (Paulus, 2004)
São Paulo na idade mídia (Arte e Ciência, 2004)
História política das ciências da comunicação (Mauad, 2008)
A batalha da Comunicação (Eduniso, 2008)
Valquírias midiáticas (A&C, 2010)

Fonte: Elaborado pela autora para este texto (2018).

Continuando o panorama teórico das contribuições para a formação do pensamento comunicacional brasileiro, o professor José Marques nos brinda com a segunda etapa de sua análise. São as contribuições enquadradas em Histórias Autorais.

Os estudos pioneiros de Marques de Melo trazem referências para a focalização dos “[...] intelectuais historicamente relevantes para o campo da Comunicação”. Utilizou como metodologia para o recorte historiográfico o ensaio “A bibliografia como alternativa metodológica”. Assim, assinala as contribuições de Paulo Freire e suas ideias sobre a comunicação dialógica, de 1981. Incluem a lista “[...] Frei Caneca, Costa Rego, Carlos Rizzini e Luiz Beltrão” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 66). Todo o material, bem como o texto metodológico, estão disponíveis no livro *História do pensamento comunicacional*, de 2003.

Mas o trabalho de sistematização da produção comunicacional do Brasil não parou por aí. Em continuidade a suas pesquisas, Marques de Melo, reunindo um grupo de orientandos, fez um programa coletivo de estudos na Universidade Metodista de São Paulo “[...] sobre a difusão dos paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 66). Os resultados do inventário foram publicados na edição especial da Revista *Comunicação & Sociedade*, de 1996 e, igualmente, apresentado na 48ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).

A sequência do projeto teve como ampliação o mapeamento de três grupos comunicacionais brasileiros: Grupo Gaúcho, realizado por mestrandos da PUC-RS, com



o apoio da professora Maria Beatriz R. Rahde, em 1997; o Grupo de São Bernardo, que teve a assistência da professora Samantha Castelo Branco, então estudante de pós-graduação; e os Grupos do Centro-Oeste, liderados por Jorge Duarte, com o apoio do Centro Universitário de Brasília (CEUB).

Ao mesmo tempo, em celebração aos 80 anos do nascimento de Luiz Beltrão, Roberto Benjamin (discípulo de Beltrão) resgata o pioneirismo do mestre, evidenciando a contribuição de Beltrão como um dos fundadores do campo da Comunicação no Brasil. Os resultados estão disponibilizados no livro *Itinerário de Luiz Beltrão*, publicado pela Universidade Católica de Pernambuco (1998). Igualmente, dando prosseguimento às pesquisas sobre Beltrão, Marques de Melo e Oswaldo Trigueiro reúnem estudos e depoimentos que foram posteriormente publicados no livro *Luiz Beltrão: pioneiro das ciências da Comunicação no Brasil* (UFPb/Intercom, 2017). O inventário foi substancialmente ampliado com a adesão de outros pesquisadores que trataram das mais variadas formas as contribuições históricas autorais, como: Carlos Augusto e Maria Tereza Maldonado (estudos sobre Paulo Emídio Salles Gomes, 1984); Paulo da Rocha Dias (perfil de Carlos Rizzini, 2004); Gustavo Barroso, Anke Finger e Rainer Guldin (pensamento filosófico de Vilém Flusser, 2008), entre outros (MARQUES DE MELO, 2014).

Ampliando o olhar para o desenvolvimento regional e com foco nos estudos comunicacionais da América Latina, o professor Marques estimulou um grupo de jovens estudantes da pós-graduação na perspectiva do resgate dos perfis de pensadores paradigmáticos. Os resultados estão nos trabalhos de Juçara Brittes (resgate da história de Luiz Ramiro Beltrán, 1998); Paulo da Rocha Dias (trajetória de Jesús Martín-Barbero, 1999); Maria Cristina Gobbi e Marli dos Santos (perfis de Décio Pignatari, Muniz Sodré e Sérgio Capparelli, 2000); Maria Aparecida Ferrari, Elydio dos Santos Neto e Maria Cristina Gobbi (contribuições de Mário Kaplún, 2006); Maria Cristina Gobbi e Antonio Luiz Herbelê (perfil de Eliseo Verón, 2008), entre outros (MARQUES DE MELO, 2014).

Se junta a essa vasta produção sobre o pensamento comunicacional brasileiro a série de quatro volumes, *Personagens que fizeram a história*, coordenado por José Marques de Melo, publicado pela Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, em parceria com a Rede Alfredo de Carvalho, entre 2005 e 2008. No material é possível encontrar perfis comunicacionais e midiáticos de pesquisadores e profissionais, tais como: Rui





Barbosa, Barbosa Lima Sobrinho, Roquete Pinto, Juarez Bahia, Vitorino Prata, Pompeu de Souza, além de Alfredo de Carvalho, Nabantino Ramos, Adelmo Genro Filho e Daniel Herz. Da mesma forma, as lideranças femininas no Brasil foram identificadas e publicadas no livro *Valquírias midiáticas*, em 2010.

Finalmente, novas lideranças brasileiras do pensamento comunicacional “[...] vem sendo reconhecidas publicamente, através do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, outorgado anualmente pela Intercom” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 68). As contribuições dos contemplados nas categorias Maturidade Acadêmica e Liderança Emergente estão disponibilizadas em duas obras: *Teorias da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros*, organizada por Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, em 2004, e *Ciências da Comunicação no Brasil democrático*, organizado por Maria Cristina Gobbi, em 2010.

Assim, o que é possível observar é que a categoria bibliográfica, segundo conjunto definido por Löblich e Scheu (2011), foi amplamente contemplada nos estudos e pesquisas do professor José Marques de Melo, embora seja possível afiançar que é necessário um trabalho de continuidade, capaz de resgatar outras contribuições de pesquisadores e profissionais do campo da comunicação.

A História Institucional, terceira parte da cartografia nacional, vai ao encontro dos aportes de diversas instituições nacionais que, por meio do resgate de suas contribuições por múltiplos pesquisadores, ensejam mais uma possibilidade de conhecimento e reconhecimento sobre o desenvolvimento de um pensamento comunicacional brasileiro.

Trabalhando com o panorama teórico desenhado por Marques de Melo, é possível documentar que, como afirma ele, uma das contribuições pioneiras está no texto “Por que uma escola de Comunicação”, desenvolvido pelo professor Muniz Sodré e publicado na *Revista de Cultura Vozes* (1972), que integra um dossiê sobre o ensino e a pesquisa no Brasil. Igualmente, está no trabalho de Marcello e Cybele de Ipanema (1973), que tratam sobre o ensino da Comunicação e do Jornalismo no Brasil, publicado na *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro* (MARQUES DE MELO, 2014). Nessa mesma linha, Marques de Melo (2014) cita as pesquisas de Erasmo de Freitas Nuzzi sobre regulamentação do ensino de comunicação (1992) e a memória da Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo (1997).

Juntamente com seus alunos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação



da Universidade Metodista, Marques de Melo empreende um mapeamento sobre as “[...] instituições reconhecidas como ‘matrizes brasileiras’ – Cásper Líbero, ESPM, ECA-USP e PUC-SP⁹ - em comparação com escolas que continham propostas inovadoras – casos da FAENAC¹⁰ e SENAC¹¹” e apresenta outras contribuições para o resgate dos aportes das instituições pioneiras, listadas no Quadro 3 (MARQUES DE MELO, 2014, p. 69).

Quadro 3 - Síntese das contribuições para a formação do pensamento comunicacional brasileiro, na categoria da história institucional

Autor	Ano	Instituição
Silvana Gontijo	1996	IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística)
Pedro Gilberto Gomes	1995	UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação)
José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi	1999/2010	ICINFORM (Instituto de Ciências da Informação – Brasil); ININCO (Instituto de Investigaciones de la Comunicación - Venezuela) e CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina – Quito – Equador)
Jose Salvador Faro	1992	INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação)
Maria Cristina Gobbi	2008	ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)
Margarida M. K. Kunsch	1992	ABECOM (Associação Brasileira de Escolas de Comunicação Social) e ENDECOM (Fórum Nacional em Defesa da Qualidade do Ensino de Comunicação)
Marialva Carlos Barbosa	2007	INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação)
Daniel de Castro; José Marques de Melo e Cosette Castro	2010	Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil (3 volumes), publicados pelo IPEA/Socicom
Daniel de Castro e José Marques de Melo	2011/2012	Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil. (4 volumes), publicados pelo IPEA/Socicom
João Cláudio Garcia R. Lima e José Marques de Melo	2012/2013	Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil. (4 volumes), publicados pelo IPEA/Socicom

Fonte: MARQUES DE MELO (2014, p. 69), adaptado pela autora para este texto (2018).

Vale ressaltar que a coleção de onze volumes que integram o *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, editados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), ligado à Casa Civil da Presidência da República do Brasil,

⁹ ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), ECA-USP (Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo) e PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo).

¹⁰ Faculdade Editora Nacional.

¹¹ Faculdade do Serviço Nacional do Comércio.

com a parceria da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM) traz o perfil e as produções de diversas instituições brasileiras, conforme pode ser observado no Quadro 4.

Quadro 4 – Produção de instituições nacionais estudadas no mapeamento realizado pelo IPEA/SOCICOM

Temáticas	Instituições
Interdisciplinares	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
Comunicação (Pós-Graduação)	Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.
Interdisciplinares	Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação.
Audiovisual: cinema, vídeo, televisão e rádio	FORCINE: Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual, que congrega mais de 20 instituições. SOCINE: Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual, com 364 sócios, que representam cerca de 18 universidades brasileiras.
Cibercultura	ABCiber: Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura: fundada em 2006, congrega pesquisadores(as), grupos de pesquisa, instituições e/ou entidades brasileiras que estudam cibercultura.
Comunicação Organizacional e Relações Públicas	ABRAPcorp: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, fundada em 2006, com o objetivo geral de estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados dessas áreas no campo das Ciências da Comunicação.
Comunicação e Marketing Político	Politicom: Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político, fundada em 2008, congrega estudiosos de propaganda política.
Divulgação Científica	ABJC: Associação Brasileira de Jornalismo Científico, fundada em 1977, congrega pesquisadores em torno de temas ligados a CT&I.
Economia Política da Comunicação	Ulepicc: União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, fundada em 2004, congrega pesquisadores e profissionais atuantes na Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura.
Folkcomunicação	Rede Folkcom: Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação, fundada em 2003, congrega estudiosos em torno da temática da comunicação popular.
História da Mídia	Rede Alcar: Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, fundada em 2001, congrega estudiosos da história da mídia.
Jornalismo	SBPJor: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, fundada em 2003, congrega aproximadamente 300 associados. FNPJ: Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, fundado em 2004, congrega professores dos cursos de jornalismo de todo o país.
Semiótica	ABES: Associação Brasileira de Semiótica, fundada em 1972, congrega estudiosos dessa temática.

Fonte: Publicação original no volume 3 do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações* (2010, p. 28), adaptado pela autora para este texto (2018).

Igualmente, nos diversos volumes do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações* (editados em 2010, 2012 e 2013), além do resgate da produção em comunicação sob a égide das atividades acadêmicas realizadas pelas instituições da



área, é possível conhecer o panorama das escolas de comunicação na América Latina, as reflexões sobre temáticas como: Brics, internet, convergência, indústrias criativas, cinema, direito autoral, ensino e a pesquisa da comunicação, a periodização do campo comunicacional brasileiro através da história nacional e regional, indicadores da sociedade e da comunicação pública no Brasil, além das profissões emergentes e das mídias consolidadas. Foi um projeto desenvolvido em três anos de pesquisas, envolvendo um grupo de investigadores de todo o Brasil, sob a égide do professor José Marques de Melo e das duas instituições envolvidas diretamente no projeto, Socicom e IPEA.

A quarta etapa do panorama nacional sobre o pensamento comunicacional brasileiro na perspectiva do professor José Marques de Melo (2014, p. 72) contempla a História Disciplinar, resgatando as discussões sobre a história disciplinar do campo. Enaltece Gilberto Freyre ao “[...] agendar o estatuto disciplinar da comunicação no Brasil, ao reivindicar o reconhecimento do seu vanguardismo no estudo científico da imprensa como fonte para as Ciências Humanas” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 70), mas afiança o pioneirismo de Luiz Beltrão. A reflexão está contida no ensaio “A imprensa como objeto de estudo científico no Brasil: contribuições de Gilberto Freyre e Luiz Beltrão”, publicado no livro *Estudos de jornalismo comparado* (Pioneira, 1972). Na continuidade de sua análise, Marques de Melo (2014) assinala ainda os reforços de Virgílio Noya Pinto (1967), Eduardo Portela (1970), Samuel Pfromm Neto (1972), Gabriel Cohn (1973), Egon Schaden (1974) e Décio Pignatari (1974)).

Da mesma forma, o balanço histórico coordenado por Marques de Melo em 1983 documentou a “[...] trajetória histórica das disciplinas” e recebeu contribuições de diversos pesquisadores, dentre os quais se destacaram: Gisela Goldstein (jornalismo), Cicília M. K. Peruzzo (relações públicas), Roberto Queiroz (rádio), José Manuel Morán (televisão) e Luiz Beltrão (folkcomunicação). Ainda de acordo com Marques de Melo (1983, p. 72), estudos semelhantes foram empreendidos pela Intercom, sob a responsabilidade de Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1999) e por José Marques de Melo; Antonio Adami (2004), disponibilizadas na coletânea *São Paulo na idade Mídia* (MARQUES DE MELO, 2014, p. 72).

A sistematização proposta pelo professor Marques de Melo também aponta estudos mais recentes, publicados no livro *História política das Ciências da Comunicação* (Mauad, 2008), realizados por 13 pesquisadores, disponibilizados no



Quadro 5.

Quadro 5 – Mapeamento disciplinar no campo da Comunicação no Brasil, na categoria história disciplinar

Autor	Disciplina
Elias Machado	Jornalismo
Neusa Demartini Gomes	Publicidade e Propaganda
Margarida M. K. Kunsch	Relações Públicas
Sônia Virginia Moreira	Radialismo
Sandra Reimão	Televisão
Raquel Paiva	Comunicação cidadã
Cristina Schmidt	Folkcomunicação
Arquimedes Pessoni	Comunicação e saúde
Sebastião Squirra	Cibercomunicação
César Bolaño e Valério Brittos	Economia Política da Comunicação
Adolpho Queiroz	Marketing Político

Fonte: MARQUES DE MELO (2014, p. 72), adaptado pela autora para este texto (2018).

Menciona Marques de Melo os trabalhos individuais desenvolvidos por Adelmo Genro (1987), Margarida M. K. Kunsch (1997), Lucia Santaella e Jorge Vieira (2008), Muniz Sodré (2009) e Luis Maranhão (2010), como contribuições respeitáveis para a formação do pensamento em comunicação.

Finalmente, é importante mencionar as contribuições individuais de Marques de Melo, que caminhou em três outras produções, abarcando não somente o campo disciplinar, mas a multidisciplinaridade. Desenvolvidos nos anos de 2006, 2008 e 2010 tratam objetivamente das identidades brasileiras no campo do jornalismo, reconstrói a História da Folkcomunicação e “[...] propõe um roteiro histórico para o registro do desenvolvimento da Economia Política da Comunicação no país” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 72). Da mesma forma, os resultados assinalam a emergência de um espaço transdisciplinar presentes nas pesquisas (2000, 2003) realizadas por Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

A última etapa do panorama histórico construído por Marques de Melo traz a História Contextual sobre a formação do pensamento comunicacional brasileiro. Para o professor (2014, p. 73), o texto “Panorama da cultura de massa no Brasil” de José Salomão David Amorim, publicado no livro de Charles Wright *Comunicação de massa* (Block, 1968), traz a “[...] primeira análise contextual dos estudos em comunicação no Brasil”. A contribuição de Marques de Melo está assinalada no volume *Comunicação/Incomunicação no Brasil* (Loyola, 1976), onde são encontrados reforços de Luiz Beltrão, Carlos Alberto de Medina, Anamaria Fadul e muitos outros. Distingue,

ainda, a importância do “grito de alerta” de Octávio Ianni (1976), quando Marques de Melo (2014, p. 73) defende que “[...] é inviável a compressão da natureza da indústria cultural sem enquadrá-la na moldura do imperialismo”. A reflexão crítica de Marques de Melo foi incorporada às temáticas centrais dos congressos da Intercom dos anos seguintes: ideologia e poder (1979), classes subalternas (1980), populismo (1981) e contra-hegemonia (1982) e que também estão nas produções individuais dos sócios da entidade, conforme demonstrado no Quadro 6 (MARQUES DE MELO, 2014, p. 74).

Quadro 6 – Produções dos sócios da Intercom, na categoria história contextual

Autor	Tema tratado
Carlos Eduardo Lins da Silva	Crise ambiental (1978)
Lucia Santaella	Ideologia (1980)
Albino Rubim	Capitalismo (1981)
Ciro Marcondes Filho	Discurso sufocado (1982)
Regina Festa	Imprensa alternativa (1986)
Maria Immacolata Vassallo de Lopes	Rádio dos pobres (1988)
Luiz Fernando Santoro	Vídeo popular (1989)
Monica Rector e Eduardo Neiva	Força transformadora da era pós-moderna e metamorfose da ideologia (1997)
Ladislaw Dowbor	Sociedade civil mundial (2000)
José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi	Pragmatismo utópico (2004)
Lucia Santaella	Convergência entre comunicações e artes (2005)
Cosette Castro	<i>Reallity shows</i> e audiência (2006)
Marialva Barbosa	Memória e narrativa (2007)
Nilda Jacks	Emergência dos estudos de recepção (2008)

Fonte: MARQUES DE MELO (2014, p. 72), adaptado pela autora para este texto (2018).

Essa diversidade de temas e as contribuições para o desenvolvimento do pensamento comunicacional brasileiro estão sistematizadas no livro *Ciências da Comunicação no Brasil democrático*, organizado por Maria Cristina Gobbi em 2008, como afirma o mestre (2014, p. 73).

Um balanço necessário

O Brasil vive um momento histórico singular e contraditório na sua organização político-social. Considerando o processo comunicativo, em primeira instância, bem como a diversidade e a quantidade de fontes que estão elencados nesse texto, o conjunto de apontamentos resultante demonstra as escolhas realizadas em um determinado espaço temporal. Neste sentido, mesmo amplo, os resultados não abarcam a quantidade de contribuições que ainda precisam ser sistematizadas e divulgadas.



Frente a esse cenário, sistematizar trajetórias institucionais produtivas, conhecer políticas públicas que articulam os múltiplos atores sociais em torno do bem comum, entender os panoramas culturais, possibilitar a reflexão sobre os arranjos institucionais, reconhecer e relacionar temas, incluídas as estruturas produtivas e as políticas públicas, revisitar as interconexões entre as múltiplas dimensões da infraestrutura midiática, possibilitam o (re)conhecimento sobre o amadurecimento das instituições públicas e privadas, de seus acervos cognitivos e dos atores sociais que cotidianamente desenham e constroem a história por meio do resgate da memória social.

Pollak (1992, p. 9) reforça que a memória é “[...] uma operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar”, assim como afiança Martinuzzo (2015), pode-se utilizar diferentes formas para observar e narrar o passado, estando diretamente relacionado ao tempo do acontecimento e ao tempo de quem o relembra, relê e reconta. Considerando a memória como um fenômeno coletivo, então, “[...] mesmo aquela mais peculiar a cada indivíduo se compõe de elementos constituídos socialmente e da mesma forma recuperados das sombras do que passou pelo foco de luz acionado por estímulos comunitários” (MARTINUZZO, 2015, p. 4). Para o autor, tanto na sua matéria-prima como na sua motivação, a memória é obra da coletividade, mesmo que seja individual.

Assim, justificando não somente as escolhas feitas através das sistematizações propostas pelo professor Marques, bem como desta autora que, a partir da seleção inicial do mestre, faz sua própria seleção, o texto não reflete de maneira inequívoca todas as produções em prol da construção de um pensamento comunicacional brasileiro. Contudo, descortina uma quantidade imensa de possibilidades de refletir sobre aquilo que foi pontuado, escolhido e produzido, gerando novas interrogações e trazendo as preferências individuais como possíveis respostas, mas também acena para o desafio de uma continuidade do legado do mestre. Se por um lado fica evidente a complexidade, a quantidade, a diversidade de fontes e a fragmentação do campo, por outro, acenam oportunidades a “[...] todas as correntes de pensamento que gravitam em torno do campo comunicacional”, como bem assinalou o professor José Marques de Melo (2014, p. 75).

Do mesmo modo, mais do que gerar um espaço conclusivo, os resultados selecionados em nossos espaços de memória nos remetem a revisitar a produção pioneira de tal modo que seja possível construir outras leituras. O ponto de partida não



deve ser mais o desconhecimento, mas questões que suscitem outras construções possíveis na definição dos espaços cognitivos sobre o pensamento comunicacional brasileiro. Marques de Melo alerta, porém, para o perigo do “[...] isolamento dentro das nossas comunidades segmentadas” e ainda para a ameaça de negligência na transferência desse conhecimento acumulado para os setores produtivos do mercado, do governo e das organizações comunitárias. Além disso, amparado nos estudos de Susan Herbst (2008), assinala que essa onda “[...] pós-disciplinar possa conduzir a comunidade das Ciências da Comunicação ao descompromisso com nossas raízes intelectuais, os nossos marcos epistemológicos e as nossas responsabilidades sociais” (MARQUES DE MELO, 2014, p. 76).

A mera quantificação da produção intelectual, tão bem avaliada pelas agências financiadoras nacionais, assinala a necessidade de uma reflexão conjunta da área da Comunicação para responder algumas inquietudes deixadas pelo mestre José Marques de Melo. Neste sentido, questiona,

[...] o que logramos contabilizar positivamente nesse processo de articulação com a comunidade mundial da nossa área de conhecimento? Conquistamos evidência mundial, especialmente pelo tamanho do nosso mercado como consumidor potencial das idéias germinadas no exterior. Corremos, por isso mesmo, o perigo de nos transformar em simples mercado de reserva para autores que necessitam de legitimação extra-muros, mas cujas criações intelectuais muitas vezes configuram “idéias fora do lugar” (para não dizer “fora do tempo”). Em contrapartida, não adquirimos o hábito de acompanhar organicamente as tendências legitimadas pela comunidade mundial. Basta uma verificação acurada nas teses de mestrado e doutorado defendidas em nossas universidades para verificar como estamos distantes das correntes de pensamento internacionalmente reconhecidas. Se isso não bastasse, deixamos em segundo plano a difusão das idéias originais que temos produzido, tanto pela nossa presença bissexta nos periódicos internacionais da área quanto pela timidez com que temos disseminado, em língua inglesa ou espanhola, o pensamento comunicacional brasileiro. (MARQUES DE MELO, 2005, p. 15).

Sem dúvida, a “[...] cooperação internacional é indispensável num mundo que se globaliza aceleradamente, mas ela só vale a pena ser fortalecida se trouxer dividendos para todos os parceiros em conexão” (MARQUES DE MELO, 2005, p. 15).

Breve perfil de Marques de Melo

Jornalista, professor universitário, pesquisador científico e consultor acadêmico. Nascido em Palmeira dos Índios (Estado de Alagoas), obteve os títulos de Bacharel em



Jornalismo (Universidade Católica de Pernambuco, 1964), Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais (Universidade Federal de Pernambuco, 1965) e Pós-Graduado em Ciências da Informação Coletiva (Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, Quito, Equador, 1966).

Docente-fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), ali obteve os títulos de Doutor em Ciências da Comunicação, Livre-Docente, Professor-Adjunto e Professor Catedrático de Jornalismo. Foi o responsável pela implantação do Departamento de Jornalismo e Editoração.

Começou a trabalhar como jornalista em 1959, integrando as equipes dos jornais *Gazeta de Alagoas* e *Jornal de Alagoas* (Maceió), atuando posteriormente em diversos outros veículos de comunicação.

Iniciou a carreira acadêmica em 1966 como assistente do Professor Luiz Beltrão, no Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) da Universidade Católica de Pernambuco, em Recife, transferindo-se logo em seguida para São Paulo. Fundou, em 1967, o Centro de Pesquisas da Comunicação Social, mantido pela Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, então vinculada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Primeiro Doutor em Jornalismo titulado por universidade brasileira (1973), foi agraciado com bolsa de pós-doutorado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) para realizar estudos avançados de comunicação nos Estados Unidos. Posteriormente, recebeu bolsa de estudos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) para desenvolver estudos na Universidade Complutense de Madrid (Espanha), durante o ano letivo de 1988. Em 1992 foi nomeado Catedrático UNESCO de Comunicação da Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha). Em 1996 foi agraciado com o título Tinker Visiting Professor do Institut for Latin American Studies da University of Texas at Austin (USA).

Convidado pelo Reitor Carlos Vogt, cofundou o Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), em 1994. Dirigiu a Faculdade de Ciências da Comunicação e coordenou o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

Formou várias gerações de jornalistas e de pesquisadores acadêmicos, tendo dirigido mais de 80 dissertações de Mestrado e 30 teses de Doutorado no âmbito das Ciências da Comunicação.





Atuou como pesquisador/professor visitante em várias universidades estrangeiras: University of Wisconsin e University of Texas (USA); Universidad Complutense de Madrid e Universidad Autónoma de Barcelona (España); Universidad Nacional Autónoma, Universidad Iberoamericana e Universidad de Colima (Mexico); Universidad Nacional de Rio Cuarto (Argentina); Universidades Catolicas de Montevideo y Caracas (Uruguay y Venezuela); Universidad Andina Simón Bolívar (Bolivia) e Universidad Diego Portales (Chile).

Proferiu conferências nas universidades de Grenoble e Bordeaux (França); Salamanca e Santiago de Compostela (Espanha); Minho e Nova de Lisboa (Portugal); Michigan State e Minesotta (Estados Unidos); Victoria e Sydney (Australia); McGill e Québec (Canada); Budapest (Hungria); Javeriana, Nacional de Bogotá e Universidad de las Americas (Colombia); ITESO, Guadalajara e Oaxaca (Mexico); Dublin (Irlanda); Glasgow (Inglaterra); La Plata e Morón (Argentina); Universidades Central e Católica da Venezuela (Caracas); Lima (Peru); Católicas de La Paz e de Cochabamba (Bolivia); Panama (Panama) etc.

No Brasil, colaborou como professor-visitante e/ou ministrou aulas magnas em diversas universidades, como: Universidade do Amazonas, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Ceará, Universidade Federal de Alagoas, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal de Juiz de Fora (MG), Universidade Federal de Sergipe, Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Federal Fluminense, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Paraná, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal de Santa Maria (RS), Universidade Federal do Espírito Santo, Universidade Federal de Mato Grosso (Cuiabá) e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Campo Grande), Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Belo Horizonte), Universidade de Santos (São Paulo), Universidade Federal de Pelotas e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (RS), Universidade de Passo Fundo (RS), Universidade do Oeste Catarinense (Chapecó, SC), Universidade do Vale do Jequitinhonha (Governador Valadares, MG), Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (Campo Grande), Universidade de Taubaté (SP), Universidade Mont Serrat (Santos, SP), Universidade Metodista de Piracicaba (SP), Universidade do Vale do Paraíba (SP), Faculdades Associadas do Espírito Santo (Vitória, ES),





Faculdades Adamantinenses Integradas (FAI), Faculdades Claretianas (Rio Claro), Faculdades Integradas de São Paulo (FISP), Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (UNESP) etc.

Exerceu, ainda, os cargos de Presidente da Comissão de Especialistas em Comunicação Social do Ministério da Educação (Brasília, 1986/1989), Membro do Comitê Assessor da área de Comunicação, bem como do Conselho Deliberativo do CNPq (Brasília, 1985/1992). Coordenou a equipe responsável pelas Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Jornalismo (2013).

Publicou ainda mais de uma centena de artigos em periódicos científicos, nacionais e estrangeiros, bem como em jornais e revistas de grande circulação no Brasil e América Latina, além de diversas coletâneas e livros autorais.

Idealizador da Rede Alfredo de Carvalho para o Resgate da Memória e a Construção da História da Imprensa no Brasil, liderou um consórcio de instituições que desenvolveram estudos e pesquisas destinados a subsidiar o programa comemorativo dos 200 anos de implantação da imprensa em território brasileiro (2008). Atuou ainda como inspirador intelectual de três Redes Internacionais – CELACOM, LUSOCOM e MERCOSUL– e de três Redes Nacionais – REGIOCOM, FOLKCOM e COMSAÚDE.

Foi agraciado com as seguintes distinções honoríficas: Prêmio Wayne Danielson de Ciências da Comunicação, University of Texas (Austin, USA); Medalha Rui Barbosa do Ministério da Cultura (Rio de Janeiro); Professor *Honoris causa* da Universidade Católica de Santos (São Paulo); Presidente de Honra da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; Professor Emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, entre outros.

Faleceu em 20 de junho de 2018, em São Paulo, deixando um legado imenso de contribuições para a formação e consolidação do pensamento comunicacional brasileiro, bem como para os estudos em Jornalismo e para a consolidação da Escola Latino-Americana de Comunicação¹². Uma justa homenagem ao mestre é que seus estudos e pesquisas sejam revisitados, atualizados e disponibilizados. Como disse uma vez um amigo comum, ao professor José Marques de Melo se pode atribuir o verso de Geraldo Vandré: “Quem sabe faz à hora, não espera acontecer”.

¹² Sua produção pode ser observada através do seu Cibermemorial, disponível na web, no endereço: <www.marquesdemelo.prof.br>.



Referências

BURKE, Peter. **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

BURKE, Peter. A História como Memória Social. In: **O mundo como teatro - estudos de antropologia histórica**. Lisboa: Difel, 1992.

GIRON, Loraine Slomp. Da memória nasce a História. In: LENSKIJ, Tatiana; HELFER, Nadir Emma (Org.). **A memória e o ensino de História**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC; São Leopoldo: ANPUH/RS, 2000, p. 23-38.

GOBBI, Maria Cristina. **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina**. 30 anos da Alaic. São Paulo: UMEESP, 2008.

_____. Panorama da produção de conhecimento em comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (Org.). **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, SOCICOM, 2010, p. 15-61. (v. 3).

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2013.

HERBST, Susan. Disciplines, intersections, and the future of communication research. In: **Journal of Communication**, v. 58, n. 4, p. 603-614, 29 dec. 2008.

HOHLFELDT, Antonio Carlos; GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação: antologia dos pensadores brasileiros**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

LÖBLICH, Maria; SCHEU, Andreas M.. Writing the history of Communication Studies. **Communication Theory**, v. 21, n. 1, p. 1-22, 05 jan. 2011.

LOWENTHAL, David. Como conhecemos o passado. **Projeto História**, São Paulo, v. 17, p. 63-201, nov. 1998. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/11110/8154>>. Acesso em: 15 out. 2018.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria e metodologia da Comunicação**. Tendências do século XXI. São Paulo: Paulus, 2014.

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

_____. Memória e movimento: a participação brasileira na comunidade mundial das ciências da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de [et al.]. **Pensamento comunicacional brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2005, p. 9-15

MARTINUZZO, José Antonio. **Mídia e memória**. Estudantes de Jornalismo da Universidade Federal do Espírito Santo escrevem a história da Comunicação capixaba. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 3., 2015,



Novo Hamburgo, RS. **Anais...** Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1?b_start:int=100>. Acesso em: 15 out. 2018.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941/1080>>. Acesso em: 15 out. 2018.

Submetido em: 23.10.2018

Aprovado em: 23.10.2018

