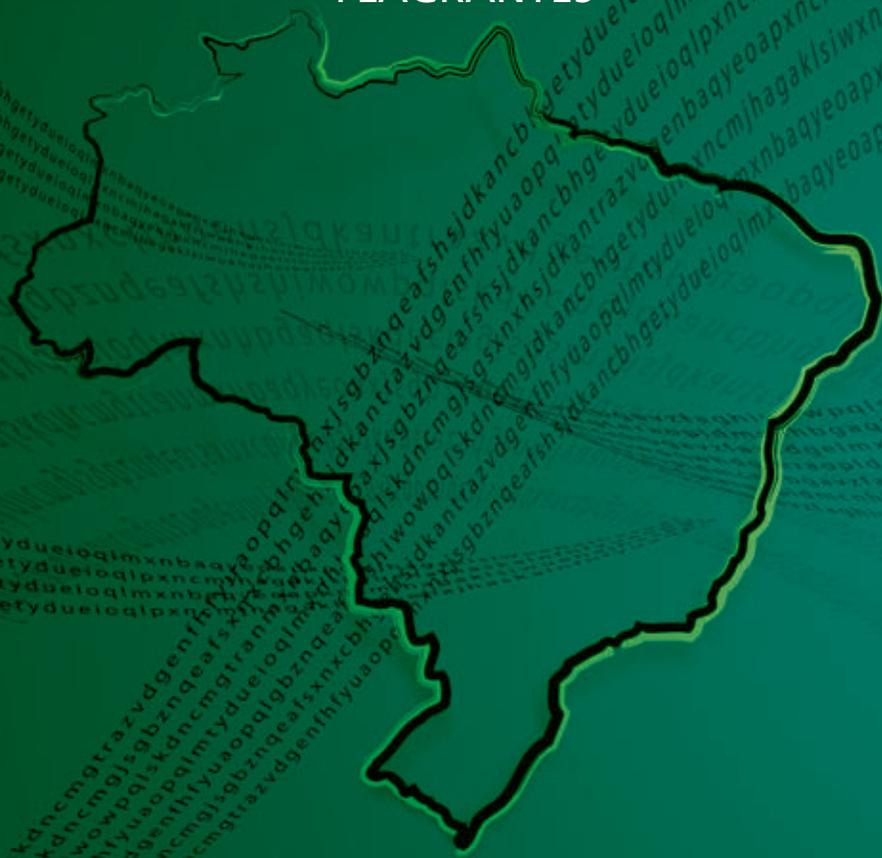


PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES



VOLUME 2



Brasília-DF
2012



PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES



VOLUME 2

Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

Ministro Wellington Moreira Franco

ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

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

Presidente

Marcio Pochmann

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Geová Parente Farias

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais, Substituto

Marcos Antonio Macedo Cintra

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

Alexandre de Ávila Gomide

Diretora de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Vanessa Petrelli Corrêa

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Francisco de Assis Costa

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

Carlos Eduardo Fernandez da Silveira

Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Jorge Abrahão de Castro

Chefe de Gabinete

Fabio de Sá e Silva

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação

Daniel Castro

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

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

Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação



Presidente

José Marques de Melo

Vice-Presidente

Ana Silvia Lopes Davi Médola

Diretora Administrativa

Anita Simis

Diretora Relações Internacionais

Margarida Maria Krohling Kunsch

Diretor de Relações Nacionais

Elias Gonçalves Machado

Site: www.socicom.org.br

Socicom

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

Andar – Bela Vista, SP

CEP 01318-002

E-mail: socicom@hotmail.com

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES

Organizadores

Daniel Castro

José Marques de Melo

Editor

Francisco de Assis

Editoras Associadas

Ana Claudia Mei Alves de Oliveira

Ana Silvia Médola

Anita Simis

Margarida M. Krohling Kunsch

VOLUME 2

ipea

Brasília, 2012

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

Inclui bibliografia.

Conteúdo: v. 1. Indicadores.- v. 2. Flagrantes.- v. 3. Memória.- v. 4. Tendências.
ISBN 978-85-7811-136-6

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

CDD 384.0981

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

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

HISTÓRIA DA MÍDIA

Maria Berenice da Costa Machado¹

1 VÍNCULOS INSTITUCIONAIS

Neste capítulo, procuramos identificar tendências cognitivas no campo da História da Mídia, referentes a 2011, a partir da produção inscrita no 8º Encontro Nacional de História da Mídia² e de publicações cujos autores tenham vínculos com a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar). Recuperamos os *papers* de cada um dos oito grupos de trabalho (GTs) do evento, registrados no CD de anais e no site³, revisamos os lançamentos impressos e digitais, elegemos indicadores e, seguindo os preceitos da análise de conteúdo, buscamos, em títulos, resumos e palavras-chave, temáticas, focos e recortes, temporalidades, mídias e/ou objetos de estudo.

Entendemos oportuno, também, verificar as instituições e localizar regionalmente os pesquisadores/autores, pois poderia ser mais um indicador para a pesquisa em História da Mídia. A tarefa foi possível com a distinção dos dados de identificação constantes nos *papers*, análise que revelou semelhança em todos os GTs: predominam vínculos com Instituições de Ensino Superior (IES) públicas federais, situação idêntica às demais áreas do conhecimento e da pesquisa científica no cenário nacional.

Observamos boa representatividade de IES públicas estaduais, fato que relacionamos à sede do oitavo encontro da Alcar ser no Paraná, unidade da federação que tem significativo número de IES estaduais e outras tantas públicas e privadas com cursos de graduação e de pós-graduação em Comunicação, o que reflete positivamente sobre a pesquisa. Pelas mesmas razões, as regiões Sul e Sudeste concentram a maioria dos trabalhos e de edições em História da Mídia, seguidas, nesta ordem, pelo Nordeste, pelo Norte e pelo Centro-Oeste.

1. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e presidente da Alcar.

2. O 8º Encontro Nacional de História da Mídia foi realizado entre 28 e 30 de abril de 2011, na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), em Guarapuava (PR).

3. Hanai Honna, estudante do curso de Publicidade e Propaganda da UFRGS, colaborou com a pesquisa do CD e do site da Alcar (paginas.ufrgs.br/alcar).

2 TEMAS E OBJETOS DE PESQUISA

Em relação à produção inscrita nos GTs da Alcar e às publicações de 2011, podemos afirmar a produtividade, do ponto de vista quantitativo, do GT Mídia Audiovisual. Considerando a natureza das tecnologias objeto desse grupo, são pesquisas centradas na contemporaneidade, com foco na televisão, algumas contemplando processos de digitalização. Parte das investigações e dos impressos aborda a história da TV (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2011) e sua importância na estruturação da política – com destaque para a relacionada à ditadura militar –, da economia e da cultura do Brasil. Outro grupo estuda as transformações do meio – e da própria sociedade – e seus reflexos sobre a programação e os formatos jornalísticos de emissoras estaduais, educativas, universitárias e legislativas, estas analisadas por Monteiro (2011), sob a perspectiva da construção de consciência cidadã. O cinema e a fotografia, com problemáticas ligadas à representação e à identidade, também são temas de pesquisa, inclusive na obra que apresenta cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970 (SACRAMENTO, 2011).

No GT Jornalismo, prevalecem estudos da mídia impressa (jornais e revistas) com foco no impacto das novas tecnologias sobre o meio, a experiência discursiva de um livro-reportagem e as rotinas profissionais (PEREIRA, 2011). Este último tema é, ainda, foco de outra publicação a respeito dos talentos necessários para o trabalho autônomo, fora das tradicionais redações (OLIVEIRA, 2011). Um segundo grupo discute gêneros jornalísticos e debate casos ou questões locais, a maioria com temas contemporâneos. Merecem destaque, também, pesquisas sobre a ditadura militar (1964-1985). A Guerra de Canudos é exceção na temporalidade: o acontecimento dos anos 1800 é objeto de três pesquisas, sendo uma vinculada a instituição do exterior.

O GT Mídia Impressa pesquisa este meio em publicações contemporâneas, com inclinação para revistas – entre estas, a *Veja*. Estudos de casos de diferentes regiões do país, questões sociais e culturais têm abordagem privilegiada, junto com o tema ditadura militar. Censura e liberdade são problemáticas apresentadas sob o ponto de vista de diferentes jornais.

Processos do século XX, com abordagem sobre a institucionalização de determinadas pautas e experiências didático-pedagógicas em História da Comunicação, integram a lista de *papers* do GT Historiografia da Mídia. Como objetos empíricos, predominam os jornais impressos, analisados sob a perspectiva das estratégias jornalísticas e de propaganda. As narrativas cinematográficas também são auxiliares para o grupo recuperar a memória comunicacional brasileira.

O GT Mídia Sonora é outro cuja tecnologia se desenvolve no século XX, tempo marcado nas temáticas e nos objetos investigados. Os processos de implantação e de legitimação de algumas rádios regionais, um panorama com funções

e influências política, econômica, social e cultural das rádios, além de linguagem e retórica, têm a preferência dos pesquisadores. Observamos, nesse GT, pesquisas coletivas, concentradas nas regiões Sul e Sudeste, e significativo número de publicações nos meios impressos e digitais (KLÖCKNER, 2011; KLÖCKNER; PRATA, 2011; MUSTAFÁ, 2011; PRATA, 2011).

Predominam, no GT Publicidade e Comunicação Institucional, temas ligados à publicidade e à propaganda, nos meios impressos – jornais e revistas –, seguidos por televisão, cinema e ambientes digitais. Mulher, estética, mercado e consumo na sociedade contemporânea são recortes significativos dos estudos. Outras discussões referem-se a personagens e organizações, refletem sobre a constituição da área, levantam questões técnicas, mídias e propaganda política.

O GT Mídia Alternativa é o único que pontua pesquisas em todas as regiões do Brasil, com temas centrados em estratégias e em debates sobre questões de gênero, homossexualidade, região amazônica, movimentos estudantis e sindicais. Os estudos desse núcleo apresentam processos de resistência durante o longo período da ditadura militar ou experiências posteriores, principalmente nas mídias jornal e rádio.

Finalmente, há o GT Mídia Digital, no qual identificamos pesquisas sobre experiências de interatividade e consumo nas atuais mídias e tecnologias, digitais e móveis, marcadamente vinculadas ao tempo e às discussões do presente.

3 PUBLICAÇÕES IMPRESSAS E DIGITAIS

A organização de livros impressos e de e-books para registrar a produção inscrita nos eventos ou, de modo particular, os trabalhos dos GTs – como faz o grupo de Publicidade, desde a primeira edição do encontro da Alcar – indica o cuidado que organizadores e coordenadores vêm dando à própria memória. Nesse sentido, são seis os lançamentos de 2011: o volume dois com a memória da Alcar RS (MOURA; MACHADO, 2011); *papers* de 2009 do GT Publicidade (PAVAN; FISCHER, 2011); duas edições com os trabalhos da V Conferência Brasileira de Mídia Cidadã (PEREIRA; TOMITA; FERNANDES; KURCHAIDT, 2011a; 2011b); trabalhos do primeiro encontro da Alcar PR/SC (PEREIRA; TOMITA; NASCIMENTO; FERNANDES, 2011); a segunda coletânea do GT Mídia Sonora (KLÖCKNER; PRATA, 2011).

Ainda em relação às publicações, importa destacar temas para além das ementas dos GTs, não menos importantes para pesquisadores ou os que iniciam estudos sobre história da mídia, caso do manual didático para o trabalho científico (FERRAREZI JÚNIOR, 2011) e de outra obra que aborda a construção do conhecimento relativo à comunicação regional (BOMFIM; PACHECO, 2011).

O encontro nacional da Alcar foi palco para o pré-lançamento da *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, publicação semestral que teve seu primeiro número tornado público em 2011. O periódico nasce marcado pela pluralidade de sua comissão científica e de seu conselho de pareceristas e pela abrangência geográfica e de linhas de pesquisa dos autores do primeiro número, aí incluindo duas referências internacionais. O grupo gestor da associação tem projeto para a retomada do *Jornal Alcar*, em formato online, ferramenta para manter atualizado o diálogo com a comunidade.

4 APONTAMENTOS FINAIS

Entendemos oportuno incluir, nesta síntese, as observações do coordenador da comissão organizadora do 8º Encontro Nacional de História da Mídia, indicativas de que a Alcar fomenta, a partir deste ano, um novo patamar (FERNANDES, 2011). A vitalidade da associação e de seu grupo de pesquisadores é inequívoca diante dos números finais do evento: 420 inscritos, representando 21 Estados brasileiros, além de participantes da Argentina e de Angola; mais de duas centenas de trabalhos aprovados, envolvendo 85 instituições, universidades e centros de pesquisa; duas conferências internacionais; um debate sobre os 150 anos do padre-inventor Roberto Landell de Moura, tido como o pai da mídia rádio. Outra realização importante do evento foi a primeira edição do Prêmio José Marques de Melo, destinado a fomentar pesquisas sobre história da mídia, no âmbito da graduação, que neste ano recebeu quinze artigos nas mesmas temáticas identificadas nos GTs.

Considerando que tendência não homogênea, ao contrário revela diversidade, os estudos sobre história da mídia realizados em 2011 – o conjunto de pesquisas concluídas ou em desenvolvimento e as publicações produzidas pelos grupos da Alcar – indicam amplitude e riqueza temática.

Se um conhecimento for prevalente, a partir do que observamos nos núcleos, é a recuperação da memória da comunicação durante o período da ditadura militar ou os processos que sucedem o retorno à democracia. Passados mais de 25 anos, ainda é grande o clamor da sociedade, e os pesquisadores catalisam a necessidade de se saber mais sobre os anos de exceção e censura que atingiram com tanta força o campo da Comunicação Social.

Assim, os estudos da Alcar são centrados no tempo presente e na história recente, com relativo equilíbrio de mídias e objetos investigados – há ligeiro destaque para os jornais impressos –, sendo a maior parte dos *papers* fruto de pesquisas individuais. No entanto, as publicações impressas e digitais são articulações coletivas, inclusive no aspecto formal da organização.

REFERÊNCIAS

- BOMFIM, Filomena Maria Avelina; PACHECO, Roni Petterson de Miranda (orgs.). *Tom regional: a voz dos filhos da terra*. Arcos: CCO Comunicações e Empreendimentos, Gráfica Centro-Oeste, 2011.
- FERNANDES, Márcio. *Relato Alcar 2011: Rede Alcar fomenta novo patamar*. Disponível em: <<http://paginas.ufrgs.br/alcar>>. Acesso em: 05 set. 2011.
- FERRAREZI JÚNIOR, Celso. *Guia do trabalho científico: do projeto à redação final*. São Paulo: Contexto, 2011.
- KLÖCKNER, Luciano. *Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF – Portugal e CBN – Brasil*. Porto Alegre: Evangraf, 2011.
- KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs.). *Mídia sonora em 4 dimensões*. Porto Alegre: Edipucrs, 2011. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/midia-sonoraII.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2011.
- MONTEIRO, Carlos Barros. *Para que serve a TV legislativa no Brasil e no mundo*. São Paulo: Biografia, 2011.
- MOURA, Cláudia Peixoto de; MACHADO, Maria Berenice da Costa (orgs.). *Memórias da Comunicação: encontros da ALCAR RS*. v. 2. Porto Alegre: Edipucrs, 2011. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/encontrosalcarrs2010.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2011.
- MUSTAFÁ, Izani. *Alô, alô, Joinville! Está no ar a Rádio Difusora! A radiodifusão em Joinville-SC (1941-1961)*. Joinville: Casamarca Ecodesign, 2011.
- OLIVEIRA, Maurício. *Manual do frila: o jornalismo fora da redação*. São Paulo: Contexto, 2011.
- PAVAN, Maria Ângela; FISCHER, Luciana (orgs.). *Alternativas, mídias e história da comunicação persuasiva e institucional*. Piracicaba: Degaspari, 2011.
- PEREIRA, Ariane. *Rota 66 em revista: as resistências no discurso do livro-reportagem*. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011.
- PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris; FERNANDES, Márcio; KURCHAIDT, Sônia (orgs.). *Mídia, cidadania, manifestações culturais e questões de gênero*. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011a.
- _____.; _____.; _____.; _____. (orgs.). *Recortes brasileiros de ativismo midiático*. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011b.
- PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris; NASCIMENTO, Layse; FERNANDES, Márcio (orgs.). *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis*. São Paulo: Intercom, 2011. Coleção E-Livros.

PRATA, Nair (org.). *Panorama do rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2011.

SACRAMENTO, Igor. *Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970*. Rio de Janeiro: Pedro e João Editores, 2011.