

VITALIDADE INTELECTUAL DO GRUPO DE SÃO BERNARDO ATUALIZAÇÃO HISTÓRICA COMO ESTRATÉGIA ACADÊMICA

JOSÉ MARQUES DE MELO *

Perfil

O Grupo Comunicacional de São Bernardo ¹ é constituído pelos pesquisadores atuantes no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PÓSCOM) da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Dele também fazem parte seus discípulos, ou seja, os mestres e doutores formados em São Bernardo, mas hoje trabalhando nas inúmeras instituições brasileiras e latino-americanas que desenvolvem projetos de ensino e pesquisa no âmbito das ciências da comunicação.

Trata-se de um contingente estimado em mais de 300 pesquisadores, cujo núcleo permanente corresponde aos professores-orientadores vinculados, em diversas fases, ao campus Rudge Ramos da UMESp, na cidade de São Bernardo do Campo – São Paulo. A eles se agregam anualmente os jovens estudantes de pós-graduação, engajados em projetos avançados de pesquisa comunicacional, preparando-se para atividades docentes ou profissionais na área.

* Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo.

¹ MARQUES DE MELO, José – «O Grupo Comunicacional de São Bernardo: idéias hegemônicas e perfil sociográfico», *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. XXII, n. 1, São Paulo, INTERCOM, 1999, pp. 57-68.

A história desse grupo comunicacional² tem sido marcada por uma constante atualização da sua trajetória acadêmica. Trata-se de um exercício de rejuvenescimento intelectual no sentido de ajustá-lo às conjunturas típicas do entorno sócio-cultural e político-econômico, sem renunciar ao perfil vanguardista que o vem caracterizando institucionalmente.

Remando contra a maré

Criado em 1978, o PÓSCOM-UMESP optou inicialmente por uma linha de trabalho orientada para a comunicação não-hegemônica³. Nesse momento, os programas similares em funcionamento no país tomavam a grande mídia como foco principal de estudos e reflexões, embora raciocinando a partir dos paradigmas da cultura erudita⁴. Para o Grupo de São Bernardo, privilegiar o dialógico, popular e alternativo significava fortalecer o amplo sistema midiático ancorado na sociedade civil, ávida de participação e democracia.

Encontrou-se grande receptividade na comunidade intelectual, engajando alunos provenientes de todas as regiões brasileiras e de países latino-americanos, mas o Curso de Mestrado enfrentou dificuldades junto ao sistema nacional de ciência e tecnologia. Tanto assim que a sua legitimação pela burocracia estatal só foi conseguida cinco anos depois⁵.

Começava uma longa jornada de resistência acadêmica, com a qual temos convivido durante duas décadas, sem perder o entusiasmo, sem descuidar da seriedade pedagógica e do rigor metodológico. Mudar é sempre traumático e conflitivo nas instituições. Por isso a maioria dos grupos acadêmicos prefere manter inalterados seus paradigmas, congelando, anos a fio, as diretrizes pedagógicas e as relações de poder⁶.

² A idéia de mapear os grupos comunicacionais brasileiros está esboçada na apresentação do estudo sobre a memória do grupo gaúcho. Vide: MARQUES DE MELO, José & RAHDE, Beatriz, orgs. – *Memória das Ciências da Comunicação no Brasil: o grupo gaúcho*, Porto Alegre, EDIPUCRS, 1997, pp. 11-25.

³ MARQUES DE MELO, José – «Da comunicação popular à popularização da ciência», *Comunicação & Sociedade*, n. 9, São Paulo, Cortez Editora, 1983, pp. 193-205.

⁴ MARQUES DE MELO, José, org. – *Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*, São Paulo, Cortez/Intercom, 1983 (Vide, especialmente, a parte 2: Linhas de Pesquisa dos Cursos de Pós-Graduação).

⁵ MARQUES DE MELO, José – Editorial, *Comunicação & Sociedade*, n. 12, São Bernardo do Campo, Edições Liberdade, 1984, p. 3.

⁶ A tendência conservadora das universidades brasileiras, somente abalada pela pressão de forças externas, muitas vezes procedentes das corporações profissionais, está bem diagnosticada no panorama reconstruído por LIMA, Lauro de Oliveira – *Estórias da Educação no Brasil: de Pombal a Passarinho*, Brasília, Editora Brasília, 1974.

Cenário democrático

Em meados dos anos 80⁷, o Grupo de São Bernardo fez a sua primeira atualização histórica⁸. Os cenários em que se movia inicialmente começavam a mudar de forma radical. Vislumbrava-se a abertura do sistema político nacional e evidenciava-se a retração econômica, sintoma evidente do esgotamento do «milagre brasileiro» engendrado pelo regime militar. Da atenção prioritária aos segmentos comunicacionais dos movimentos populares e à sua projeção na mídia massiva, transitámos para a esfera pública não-governamental. Por um lado, dedicámo-nos a preparar docentes e pesquisadores destinados aos emergentes cursos de comunicação incrustrados nas universidades brasileiras. Por outro, demos ênfase à formação de profissionais de alto nível, vocacionados para a divulgação científica e tecnológica.

Essa orientação permaneceu vigente durante quase uma década. Quando sentimos que era o momento de dar um passo adiante, instituindo o Curso de Doutorado, começámos a pensar a mudança de seu enfoque. Estava claro que as linhas de pesquisa voltadas quase exclusivamente para o setor público nacional deixavam de ter sentido numa conjuntura marcada pela dupla articulação das privatizações no setor de telecomunicações e da globalização no âmbito das indústrias audiovisuais.

Iniciámos o Curso de Doutorado em 1995 na mesma trilha do Mestrado⁹, embora tivéssemos consciência de que a correção de rumo se fazia inadiável. A espinha dorsal do novo curso foi o resgate daquilo que parecia essencial na nossa identidade acadêmica: a valorização dos paradigmas construídos na América Latina pelos comunicólogos que inspiraram as políticas democráticas de comunicação¹⁰ e o movimento do contra-fluxo internacional de produtos midiáticos a partir das indústrias culturais situadas no hemisfério sul¹¹.

Para tanto, necessitávamos de reciclar e renovar a nossa equipa docente. Ao mesmo tempo, não poderíamos avançar sem dispor de condi-

⁷ CARDOSO, Onésimo de Oliveira – Pesquisa nos anos 80: Mestrado em Comunicação Social do IMS, in KUNSCH, Margarida – *A Pesquisa Brasileira da Comunicação nos anos 80 e a contribuição da Intercom*, São Paulo, INTERCOM, 1988, pp. 127-135.

⁸ O conceito de atualização histórica, aqui empregado no âmbito específico das instituições universitárias, coincide com o sentido abrangente usado na análise das sociedades humanas no bojo do processo civilizatório. RIBEIRO, Darcy – *O processo civilizatório*, 2.^a ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1972

⁹ Doutorado: início em 1995, *Comunicação & Sociedade*, 22, São Bernardo do Campo, UMESP, 1994, pp. 157-164.

¹⁰ MARQUES DE MELO, José – «Difusão dos paradigmas da escola latino-americana de comunicação nas universidades brasileiras», *Comunicação & Sociedade*, n. 25, São Bernardo do Campo, UMESP, 1996, pp. 9-20

¹¹ FADUL, Anamaria – «A internacionalização da mídia brasileira», *Comunicação & Sociedade*, n. 30, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, pp. 67-92.

ções institucionais capazes de respaldar a pesquisa em tempo integral, usando infra-estruturas informatizadas. Perspectivas favoráveis começaram a despontar quando a antiga federação de escolas superiores em que estávamos inseridos foi transformada em universidade. A contratação de novos docentes significou o divisor de águas no processo de construção de uma nova identidade acadêmica. Alguns deles eram pesquisadores experientes, oriundos de universidades públicas; outros, recém doutores, motivados para o trabalho em equipa.

Agenda do novo século

A mudança foi tecida pacientemente, de forma colegiada e participativa, buscando conjugar interesses individuais, para formar grupos de pesquisa comprometidos com a agenda comunicacional do novo século. Pouco a pouco, constatámos que estavam esgotadas as linhas de pesquisa vigentes durante as décadas finais do século que termina. Era necessário fazer uma transição responsável, segura, mas inovativa e alentadora.

Para tanto, foi importante o diálogo mantido com a comunidade acadêmica das ciências da comunicação, principalmente as lideranças atuantes nas agências de fomento científico. Contribuímos para fortalecer a peculiaridade do nosso campo, embora procurando ocupar um espaço autônomo e diferenciado. Nunca aceitámos a idéia de fazer clonagem das propostas pedagógicas preferidas por autoridades conjunturalmente situadas no topo da engrenagem da avaliação governamental. Desta maneira, teríamos facilitado o nosso credenciamento precoce.

Optámos pela tática de fortalecer o nosso projeto científico, argumentando e convencendo intelectualmente, tanto pela competência teórica quanto pela coerência metodológica. Alentáva-nos o reconhecimento internacional, traduzido pelo fluxo regular de pesquisadores visitantes, originários de outros países, mas também atraindo membros da nossa equipa para atuar em projetos multinacionais.

Manteve-se nesse processo transaccional a linha pluralista e a tendência não-endógena. Mas considerávamos fundamental agregar jovens doutores, naturalmente sintonizados com os nossos postulados fundadores. Isso significou a ampliação do Grupo de São Bernardo, para ajustar a convivência de três gerações de pesquisadores aqui forjados ou retemperados.

Ao mesmo tempo, preservámos nossa abrangência nacional, recebendo alunos de todos os recantos do território brasileiro, quase sempre respaldados por recursos públicos do PICDT - Programa Institucional de Capacitação Docente e Tecnológica, mantido pelo Ministério da Educação. Mas percebíamos claramente que a ampliação da rede nacional de pós-graduação em comunicação (com a instalação de novos programas no Sul e no Nor-

deste) nos aproximava, inevitavelmente, das demandas regionais e locais. Uma delas está localizada nas universidades metropolitanas de São Paulo, cujos docentes mais jovens necessitam titular-se para continuar exercendo o trabalho acadêmico, de acordo com as exigências da nova LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Outras estão situadas nos espaços culturais capitaneados pela digitalização, pelo teletrabalho, pela informação utilitária e nas agências comunitárias vinculadas ao terceiro setor.

Sociedade da informação

Tivemos como preocupação a decisão de evitar as desnecessárias tensões pedagógicas existentes nas antigas áreas de concentração¹², neutralizando embates entre o teórico e o prático, o acadêmico e o profissional, o nacional e o global. Tanto assim que, a partir do ano 2000, o Programa se concentrará numa única área de estudo.

Tanto o mestrado como o doutorado mover-se-ão no espaço nucleador denominado *processos comunicacionais*. Aí se confrontam dialeticamente o industrial e o artesanal, o público e o privado, o tradicional e o pós-moderno, o internacional e o local.

Esse denominador temático comportará duas linhas de pesquisa, articuladas entre o *massivo* e o *segmentado*. Trata-se de uma caminhada em direção aos processos culturais mediados por tecnologias midiáticas de difusão extensiva. Sem abandonar a preocupação com os micro-meios, trataremos de avançar em direção aos aparatos de retro-alimentação simbólica que configuram a fisionomia da emergente sociedade da informação¹³.

Os recortes investigativos escolhidos pelos grupos de pesquisa, ainda em fase de estruturação, significam um passo adiante. Esperamos superar a fragmentação dos objetos que pautam os projetos em fase de conclusão pelas turmas admitidas no último triênio.

Os futuros alunos deverão propor temas e problemas comunicacionais que se encaixem rigorosamente nas seguintes áreas de interesse:

1. Comunicação massiva

- a) Grupos de mídia: história dos grupos midiáticos, internacionalização midiática e indústrias publicitárias.

¹² Tais áreas de concentração focalizavam temáticas erigidas em torno da «teoria da comunicação» (aplicada ao magistério superior) e das «práticas de comunicação» (privilegiando a difusão científica e tecnológica).

¹³ O perfil de sociedade da informação aqui referido é aquele da «sociedade em redes», vaticinado por CASTELLS, Manuel – *La era de la información*, 3 vols., Madrid, Alianza Editorial, 1997.

- b) Cultura midiática: transcodificação midiática e contexto da audiência.
- c) Conhecimento midiático: midiologia comparada, mídia local e comunitária, folk-mídia.

2. Comunicação segmentada

- a) Comunicação científica: divulgação científica e políticas de C&T, comunicação científica da saúde, discursos da comunicação científica.
- b) Comunicação corporativa: comunicação empresarial, comunicação mercadológica, segmentação publicitária.
- c) Educomídia: teletrabalho, teleformação; telemática educativa; mídia eletrônica.

Maturidade acadêmica

No momento em que atingimos a nossa maioria institucional, completando 21 anos de atividades contínuas no curso de Mestrado e 5 anos no curso de Doutorado, ambos credenciados pela CAPES, vale a pena fazer um balanço da nossa produção acadêmica.

Registramos a conclusão de 250 dissertações de Mestrado e oito teses de Doutorado, perfazendo um ritmo produtivo traduzido pela média anual de 17 dissertações e 1,6 teses. Nosso quadro de orientadores inscreve-se no ranking dos mais produtivos do país, publicando livros, coletâneas, artigos em periódicos científicos, além de apresentar *papers* nas mais importantes reuniões da comunidade acadêmica da área, no país e no exterior.

O recente inventário da titulação de mestres e doutores nos dez cursos credenciados pela CAPES no quinquênio 1994-1998 situa o Grupo Comunicacional de São Bernardo como o de maior produtividade acadêmica¹⁴ no país. Cada membro do nosso corpo de orientadores formou, no período, uma média de 5,9 pós-graduandos, comparado com a média nacional de 2,83. Desfrutamos posição privilegiada tanto na correlação feita com os cursos similares mantidos pelas universidades públicas (2,34) ou pelas universidades particulares (3,43).

Contamos com uma equipe de 20 professores permanentes, dos quais dois terços estão contratados em regime de tempo integral. Eles trabalham em modernos escritórios, apoiados por infra-estruturas laboratoriais infor-

¹⁴ Fonte: NUMEPM - Núcleo de Pesquisa do Mercado de Trabalho em Comunicações, *Pesquisa sobre os Egressos dos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação no período 1994-1998*, São Paulo, ECA-USP, 1999.

matizadas e acervos documentais sempre atualizados. Isso garante-nos uma satisfatória inserção no cenário nacional e internacional das ciências da comunicação¹⁵.

Desta maneira, possuímos todas as condições para fazer o trânsito em direção às demandas informacionais do novo século, preservando as utopias que nos caracterizaram historicamente como grupo acadêmico. Daí a vontade de explorar as potencialidades ensejadas pelos avanços tecnológicos, correspondendo às expectativas culturais de uma sociedade nacional que se globaliza sem perder os traços de suas raízes históricas.

Dois fatores foram decisivos para garantir o êxito dessa travessia conjuntural. A publicação da revista *Comunicação & Sociedade* e o funcionamento da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação.

Revista científica

A manutenção de um periódico científico de circulação nacional e de prestígio internacional significou sempre um estímulo para a nossa produção acadêmica. A revista *Comunicação & Sociedade* tem sido uma espécie de vitrine intelectual do Grupo de São Bernardo e da sua interação com equipas congêneres. O interesse com que pesquisadores externos, de todas as gerações, disputam espaço nas suas páginas, constitui um indicador da credibilidade conquistada junto à comunidade acadêmica da área.

Sua trajetória se compõe de três fases bem nítidas, que refletem as conjunturas vivenciadas pelo PÓSCOM, projetando aliás o próprio desenvolvimento da instituição que o abriga: a universidade mantida pela Igreja Metodista do Brasil na região metropolitana de São Paulo¹⁶.

A primeira fase vai de 1979 a 1985, quando a revista é lançada em parceria com a Cortez Editora, obtendo, no triênio final, o apoio do CNPq. Durante esse período, a revista manteve a periodicidade semestral, alicerçada no projeto acadêmico do então Reitor, Prof. Dr. B. P. Bittencourt. Sua

¹⁵ Evidências dessa natureza são, por exemplo, a escolha de Prof. Dr. Isaac Epstein, decano do PÓSCOM, como finalista do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação – 1999, bem como a eleição da Profa. Dra. Círcia Peruzzo, primeira mestre formada pelo PÓSCOM e hoje integrante do seu corpo docente, para a presidência da INTERCOM, principal sociedade acadêmica das ciências da comunicação no Brasil.

¹⁶ A UMESP – Universidade Metodista de São Paulo – faz parte de um complexo educacional integrado por 54 instituições, espalhadas por todas as regiões do Brasil, e criadas desde o século passado, quando se instala o Instituto Granbery (1890) em Juiz de Fora (MG). Vide: CUNHA, Magali do Nascimento – «Aprender da História: Memória dos desafios pedagógicos para as Igrejas Protestantes Históricas do Brasil», *Revista do Cogeime*, ano 8, n. 14, Piracicaba, 1999, pp. 75-100; MAIA E MESQUITA – «Instituições Metodistas de Ensino», *Revista do Cogeime*, ano 8, n. 14, Piracicaba, 1999, pp. 137-142.

meta educacional era conquistar o *status* de universidade para a federação de escolas de ensino superior instaladas em Rudge Ramos¹⁷. Para tanto, ele criou um Centro de Pós-Graduação, no estilo das *graduate school* existentes nos *campi* norte-americanos, estimulando a pesquisa científica e a sua disseminação na sociedade. A crise instaurada no *campus*, com a substituição do seu fundador, repercutiu seriamente na qualidade do ensino, reduzindo-se o apoio institucional à pesquisa, à pós-graduação e conseqüentemente às revistas científicas.

A periodicidade foi interrompida na segunda fase (1986-1993), tornando-se anual, mesmo assim com interrupções nos anos de 1988 e 1990. Em 1991, a semestralidade foi restaurada, para ser interrompida em 1992. Finalmente em 1993, quando as autoridades eclesiais decidiram fortalecer o projeto de universidade, a reitoria voltou a investir na pós-graduação. As revistas científicas converteram-se em peças-chave no processo de credenciamento da universidade que passaria a ser conhecida pela sigla UMESP.

O ambiente universitário que se foi criando no *campus* de Rudge Ramos, situado no município paulista de São Bernardo do Campo, favoreceu a restauração dos programas de pesquisa e a ampliação da pós-graduação. Este é o momento em que se decide criar o doutorado em comunicação, bem como regularizar as revistas científicas mantidas pela instituição. Elas voltam a ser canais privilegiados para difundir a produção das áreas de conhecimento que alcançavam maturidade acadêmica. Não foi difícil, portanto, convencer a FAPESP a destinar recursos para regularizar a circulação de *Comunicação & Sociedade*, ajuda que perdurou durante 3 anos. Desde então, a mantenedora vem cumprindo o compromisso de manter a publicação funcionando ininterruptamente.

Ao mesmo tempo em que atua como canal de difusão do conhecimento comunicacional gerado ou refletido pelo Grupo de São Bernardo, a revista cumpre o papel de avalista coletiva da nossa credibilidade acadêmica. Ela influenciou decisivamente no desfecho favorável do credenciamento do nosso doutorado, apesar da crise institucional atravessada pela UMESP no último triênio. A boa qualidade dos artigos que publica e o renome dos nossos colaboradores constituem indicadores que amortizam as impressões negativas externamente ocasionadas pela descontinuidade ou desaceleração episódica de programas didáticos e projetos científicos.

As temáticas das últimas edições constituem indicadores vigorosos daquele processo de atualização histórica a que nos referimos no início deste artigo.

¹⁷ Encontra-se no prelo da Editora da UMESP um livro-depoimento do Prof. Dr. B. P. Bittencourt, reconstituindo a trajetória institucional do Instituto Metodista de Ensino Superior, célula-máter da atual Universidade Metodista de São Paulo.

Agenda do fim dos anos 90

Inter-relações culturais
Televisão
Pensamento latino-americano
Comunicação e política
Jornalismo e memória
Internet
Divulgação científica e poder midiático
Identidades comunicacionais
Telecomunicações, jornalismo eletrônico
Comunicação empresarial

Basta fazer uma comparação, tomando como referencial o primeiro quinquênio dos anos 80. Verifica-se uma espécie de continuidade da agenda investigativa, embora os contextos sejam diferentes. Torna-se evidente a atualização das questões com que se defrontam os nossos pesquisadores, sintonizados com as tendências que balizam a sua interlocução com os produtores de conhecimento de grupos congêneres.

Agenda do fim dos anos 80

Comunicação na América Latina
Comunicação alternativa / Cultura popular
Jornalismo Científico / Jornalismo Brasileiro
Mulher, Trabalho e Comunicação
Comunicação transnacional / Comunicação brasileira
A comunicação no ABC
Publicidade, ética e cultura
Comunicação religiosa
Comunicação, ciência e cultura

Cátedra UNESCO

Cabe mencionar também o papel desempenhado pela Cátedra UNESCO de Comunicação na nossa performance acadêmica. Trata-se de um organismo aqui instalado em 1996, potencializando as conexões internacionais dos nossos docentes e estudantes.

Durante o seu primeiro triênio¹⁸, a Cátedra UNESCO atuou como mecanismo de atração de professores visitantes, procedentes das várias regiões do planeta. Cientistas de renome comunicacional aqui estiveram ou tomaram parte em colóquios realizados por iniciativa do Grupo de São Bernardo. A lista inclui também jovens lideranças que ganham o reconhecimento dos seus pares da comunidade internacional.

De entre eles, os canadenses Gaetan Tremblay e Therese Paquet-Sevigny; os norte-americanos Joseph Straubhaar e Federico Subervi; os franceses Pierre Fayard e Jean Gouazé; o dinamarquês Thomas Tuftte; os espanhóis Manuel Parés i Maicas e Daniel Jones; os mexicanos Jorge Gonzalez, José Carlos Lozano e Carmen Gomez Mont; os argentinos Alexandro Piscitelli e Daniel Prieto; os uruguaios Mario Kaplun e Carmen Rico de Sotelo; os chilenos Lucia Castellon e Eduardo Contreras; o paraguaio Juan Diaz Bordenave.

Contudo, as mais ilustres presenças foram as dos dois cientistas da Escola Latino-Americana de Comunicação – Luis Ramiro Beltrán e Jesus Martin Barbero – representantes paradigmáticos das gerações de pioneiros e inovadores dessa corrente intelectual. Suas trajetórias bio-bibliográficas foram revisitadas, comentadas e avaliadas durante os ciclos de estudos sobre o pensamento comunicacional latino-americano a eles dedicados¹⁹.

Acolhemos ainda jovens comunicólogos de vários países latino-americanos e da África Portuguesa durante os cursos internacionais de comunicação para o desenvolvimento regional, realizados anualmente em nosso *campus*, nas férias de inverno. Eles aqui se retemperaram para o desempenho de atividades universitárias ou empresariais nos países onde vivem e trabalham²⁰.

¹⁸ MARQUES DE MELO, José – «História em Processo», *Anuário UNESCO-UMESP de Comunicação Regional - 1997*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESp, 1998, pp. 245-255; ZOMIGNAN, Rosângela – «Relatório de Viagem», *Anuário UNESCO-UMESP de Comunicação Regional - 1997*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESp, 1998, pp. 257-269; GOBBI, Maria Cristina – «Memória da Cátedra UNESCO/UMESP», *Anuário UNESCO-UMESP de Comunicação Regional - 1998*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESp, 1999, pp. 273-298.

¹⁹ MARQUES DE MELO, José & BRITTES, Juçara, orgs. – *A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESp, 1998; MARQUES DE MELO, José & DIAS, Paulo da Rocha, orgs. – *Comunicação, cultura, mediações: percurso intelectual de Jesus Martin Barbero*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESp, 1999 (no prelo).

²⁰ A participação desses estagiários está registrada nas edições do REGIOCOM – jornal de divulgação dos cursos internacionais de comunicação para o desenvolvimento regional, promovidos anualmente pela Cátedra UNESCO/UMESP.

Tais conexões abriram as portas dos principais centros de estudos midiáticos aos pesquisadores e discípulos do Grupo de São Bernardo. Eles participaram nos congressos internacionais da IAMCR – International Association for Media and Communication Research, em Sydney, Austrália (1996), Oaxaca, México (1997) e Glasgow, Escócia (1998); OBICOM – World Network of UNESCO Communication Chairs (Paris, 1995; Montreal, 1999); ICA – Internat. Communication Association em San Francisco, USA (1999); LUSOCOM – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (Lisboa, 1997; Braga, 1999); IBERCOM – Associação Ibero-Americana de Comunicação (Porto, Portugal, 1998); ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Caracas, Venezuela - 1996; Recife, Brasil - 1998); FELAFACS – Federación latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (Lima, Peru, 1999); AMIC – Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (México, 1999).

Da mesma forma, passámos a encabeçar redes nacionais ou regionais que estão mobilizando energias intelectuais e catalizando as atenções dos formadores de opinião pública internacional. Destaca-se a formação da Rede MERCOMSUL, responsável pela realização de encontros de docentes e pesquisadores da área: Londrina, Paraná, Brasil (1996); Asunción, Paraguai (1998); Rio Cuarto, Argentina (1999); Rede COMSALUD, encarregada pela OPS – Organização Pan Americana de Saúde de diagnosticar o espaço ocupado pela saúde pública na mídia latino-americana; Rede FOLKCOM – Rede dos Pesquisadores Brasileiros de Folkcomunicação, reunidos com grande entusiasmo nas cidades de São Bernardo do Campo (São Paulo), em 1988; e São João del Rei (Minas Gerais), 1999.

Contudo, a nossa experiência mais significativa foi a constituição de uma rede nacional de pesquisadores voluntários, responsável pela realização de duas pesquisas relevantes. A primeira destinou-se a conhecer o perfil da imprensa regional paulista nessa conjuntura de globalização, mobilizando equipes de oito universidades estaduais²¹. A segunda foi mais ampla, ganhando adesão de 25 universidades brasileiras para conhecer as imagens midiáticas do Natal brasileiro²². Tais experiências fortaleceram a idéia de uma rede internacional, em processo de constituição, para conhecer o tratamento que a mídia vai dar às imagens do Carnaval que vai celebrar os 500 anos do Brasil.

Cimentando todas essas ações e observando ao mesmo tempo a sua dinâmica, a Cátedra UNESCO mantém um veículo semanal, inserido no

²¹ MARQUES DE MELO, José & QUEIROZ, Adolpho, orgs. – *Identidade da imprensa brasileira no final do século: das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e às ancoragens culturais*, São Bernardo do Campo, 1998, 277 p.

²² MARQUES DE MELO, José & KUNSCH, Waldemar, orgs. – *De Belém a Bagé: imagens midiáticas do Natal brasileiro*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESP, 1998, 448 p.

espaço institucional que a UMESP mantém no ciberespaço, mas também distribuído pelo correio eletrônico a um contingente intelectual estimado em mais de 4000 leitores. Trata-se do *Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação*, caracterizado por dupla vocação editorial: 1) divulgar os projetos e pesquisas desenvolvidos pelo Grupo Comunicacional de São Bernardo; 2) disseminar conhecimentos novos e referências documentais procedentes de outros grupos de pesquisa comunicacional, situados no país ou no exterior.

Completando essa estratégia integracionista, a Cátedra mantém um valioso centro de documentação, denominado *Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano*²³, que nutre três outros projetos destinados a situar o Grupo de São Bernardo no âmago da sociedade da informação:

Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) – revista científica eletrônica, com periodicidade trimestral, destinada a estimular o debate internacional sobre os paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação²⁴;

Enciclopédia do Pensamento Comunicacional da América Latina (ENCIPECOM-AL) – publicação digital, periodicamente atualizada, com a intenção de preservar a memória das instituições, grupos e personalidades que produzem conhecimento comunicacional na/sobre a América Latina;

Dicionário Bio-Bibliográfico dos Pesquisadores Brasileiros de Ciências da Comunicação (BIOCCOM-BR) – repertório da vida e obra dos produtores de conhecimento comunicacional no Brasil, visando socializar informações úteis ao trabalho dos jovens que se iniciam no estudo e na aplicação das ciências da comunicação.

Identidade acadêmica

Coerente com a estratégia de mudar conjunturalmente para reativar sua identidade acadêmica, o Grupo de São Bernardo produziu dois marcos destinados a atrair novos discípulos, estimulando-os a continuar o processo de atualização histórica.

Tais referentes estão contidos nas coletâneas organizadas para celebrar os 20 anos de fundação do Grupo: a antologia²⁵ que resgate sua contribuição

²³ GOBBI, Maria Cristina – «Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano», *Revista do Cogeime*, ano 8, n. 14, Piracicaba, 1999, p. 125-130.

²⁴ MARQUES DE MELO, José – *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes, 1998.

²⁵ MARQUES DE MELO, José & CASTELO BRANCO, Samantha, orgs. – *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o grupo de São Bernardo*, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, 636 p.

ao Pensamento Comunicacional Brasileiro e o documentário ²⁶ dos projetos atualmente desenvolvidos pelos seus componentes.

Eles se destinam também a fomentar a interlocução com pesquisadores de outros grupos intelectuais, balizando fronteiras disciplinares e robustecendo a singularidade das ciências da comunicação no panorama universitário. São um convite à leitura, reflexão e debate.

²⁶ PÓSCOM: identidades comunicacionais, *Comunicação & Sociedade*, 30, São Bernardo do Campo, UESP, 1998, 283 p.