

Sérgio Mattos

*José Marques  
de Melo*

Um poço de saberes

Quarteto Editora  
2019

Copyright © by Sérgio Augusto Soares Mattos  
sasmattos@gmail.com | www.sergiomattos.com.br

**Projeto Gráfico (miolo/capa):**

Quarteto Editora | Helga Sant'Anna | www.casavisual.com.br

Foto da capa: Divulgação/ INTERCOM

**Conselho Editorial**

Célia Marques Telles – Universidade Federal da Bahia

Dante Augusto Galeffi – Universidade Federal da Bahia

João Carlos Salles – Universidade Federal da Bahia

Sérgio Mattos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Rita Maria Bastos Vieira – Universidade do Estado da Bahia

---

M475 Mattos, Sérgio

José Marques de Melo - um poço de saberes/Sérgio Mattos. Salvador: Quarteto Editora, 2019

122 p.

978-85-8005-159-9

I. José Marques de Melo - biografia. I. Título

CDD: 929

---

Todos os direitos desta edição reservados:

Quarteto Editora

Av. Antônio Carlos Magalhães, 3213. Ed. Golden Plaza, sala 702

Parque Bela Vista | Salvador | Bahia 40.280-000 | [71] 3452.0210

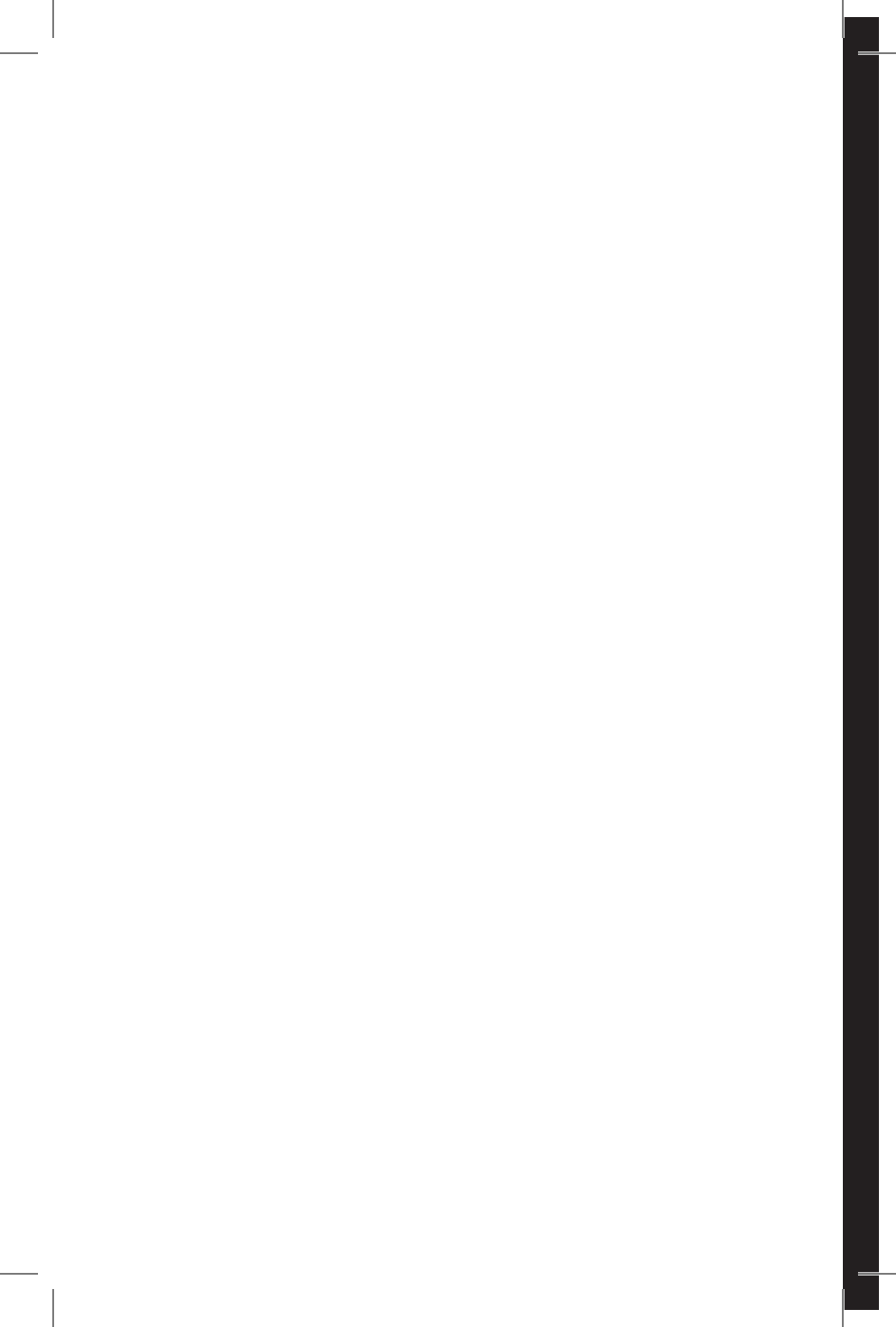
quarteto.livros@compos.com.br | www.editoraquarteto.com.br

# *Sumário*

---



7	<i>APRESENTAÇÃO</i>
11	<i>DEPOIMENTO SOBRE O GUERREIRO MIDIÁTICO</i>
21	<i>FUNDAMENTOS DE UMA TRAJETÓRIA</i>
35	<i>ABRINDO CAMINHOS NAS AGÊN- CIAS DE FOMENTO</i>
53	<i>CONTRIBUIÇÕES DE MARQUES DE MELO AOS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO</i>
65	<i>O COMPLEXO DO COLONIZADO NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO</i>
79	<i>CÁTEDRA UNESCO 15 ANOS DE REALIZAÇÕES</i>
105	<i>REFLEXÕES QUE MERECEM DESDOBRAMENTOS</i>
119	<i>ANDARILHO CULTURAL RESGATA DÉBITO INTELECTUAL</i>



# *Apresentação*

---

**E**ste livro reúne oito textos sobre José Marques de Melo, o primeiro doutor em Jornalismo do Brasil, fundador da maior instituição de comunicação latino-americana, a INTERCOM — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação —, e considerado como um dos ícones da comunicação globalizada. Trata da influência e importância dele para o desenvolvimento da comunicação, além de comentar parte de sua obra. Os textos, escritos entre 2010 e 2018, são apresentados aqui sem atualizações. Alguns, apresentados em eventos para pequenos grupos, permaneciam inéditos até agora, e outros foram publicados isoladamente.

José Marques nasceu em 15 de junho de 1943, em Alagoas, e morreu em 20 de junho de 2018, em São Paulo. Deixou, além de Maria Silvia Briseno Marques de Melo, sua esposa, os filhos Silvana e Marcelo, os netos Arthur, Gabriel e Beatriz, e a nora Priscila Zerbinato Marques de Melo. Deixou também um legado fantástico: sua produção intelectual, instituições que criou e muitos desafios para os que militam na área. Sua obra, multifacetada, carece de

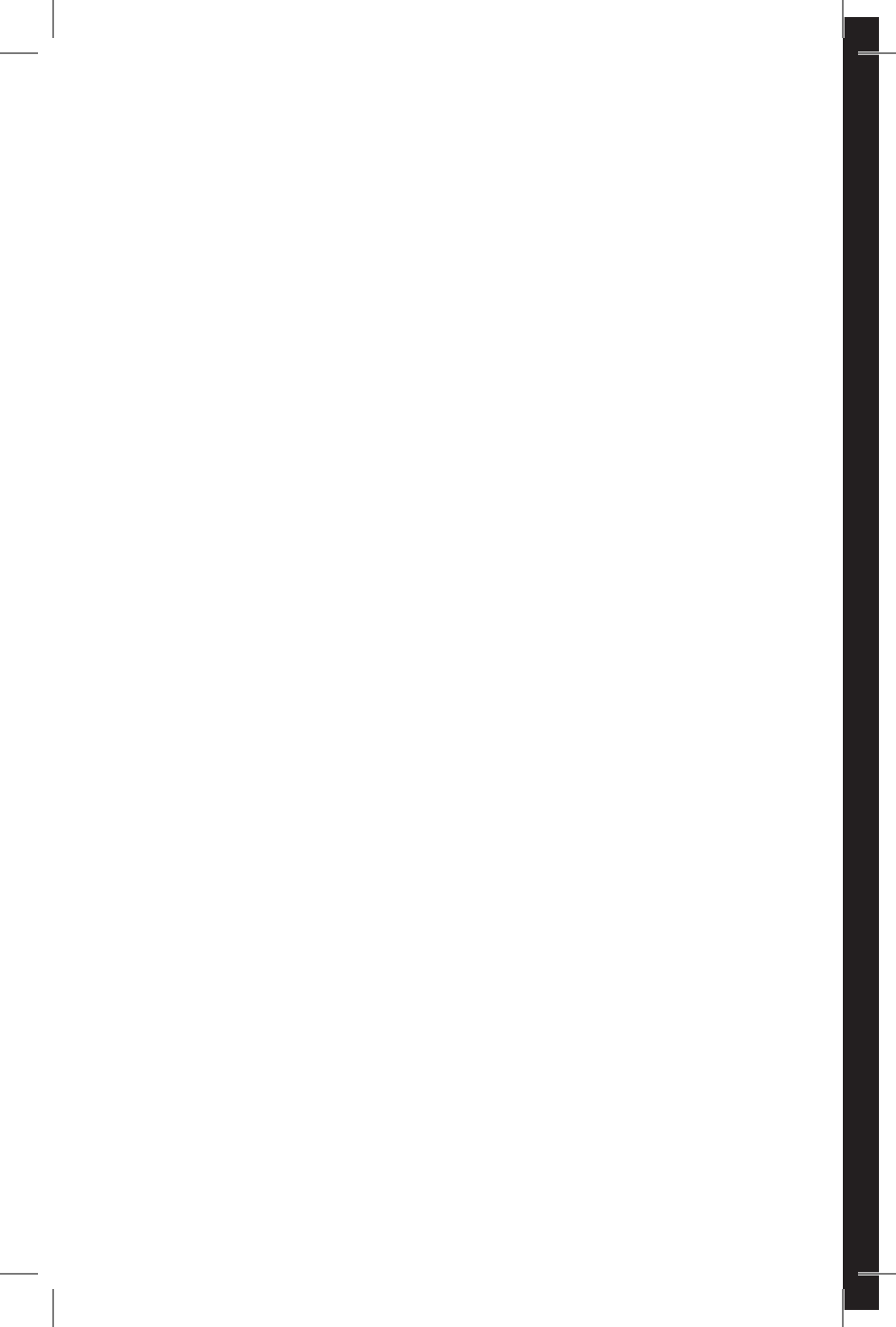


estudos aprofundados, bem como sua biografia precisa de novas pesquisas complementares para revelar outras facetas deste pesquisador nordestino, reconhecido como um dos ícones da comunicação em todo o mundo. Destacou-se pela capacidade de trabalho, criatividade, determinação, empreendedorismo, espírito de liderança e pela visão estratégica de mundo, o que contribuiu para sedimentar a área da comunicação social no Brasil e na América Latina.

O objetivo deste livro é prestar uma homenagem singela a José Marques de Melo, que saciou a sede de conhecimento daqueles que o procuravam ou tiveram a sorte de serem seus orientandos. O pensamento dele permanece vivo nas dezenas de entrevistas que concedeu, nos livros e artigos que publicou e em seus amigos, admiradores e integrantes da escola invisível, constituída ao seu redor, numa verdadeira rede de comunicação. Em síntese, José Marques de Melo é um Poço Inesgotável de Saberes. Ele foi um homem que soube valorizar e construir o conhecimento *made in* Brasil.

Sérgio Mattos

Salvador, fevereiro de 2019.



# *Depoimento sobre o guerreiro midiático*

---

Texto apresentado durante o 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no dia 4 de setembro de 2018, na Univille, Joinville, Santa Catarina.

**D**urante um encontro promovido pela Associação de Imprensa de Pernambuco, no município de Paulista, na região metropolitana de Recife, no final da década passada, surgiu a oportunidade para que eu viesse a produzir também mais uma biografia, incompleta, de José Marques de Melo, que foi publicada em 2010 numa edição conjunta entre INTERCOM e Editora Vozes, sob o título O GUERREIRO MIDIÁTICO — BIOGRAFIA DE JOSÉ MARQUES DE MELO,<sup>1</sup> que dá nome a esta mesa. Àquela época, Marques de Melo já havia sido objeto de pesquisa biográfica e de construções de inúmeros perfis. Maria Cristina Gobbi e Juçara Brittes já haviam tornado público seus respectivos trabalhos. Vários perfis dele também já haviam sido construídos em cima das singularidades e pioneirismo do autor que hoje homenageamos, a exemplo do trabalho de Ruth Vianna, que andou vasculhando documentos da USP na fase da ditadura militar e que envolviam Zé Marques.

---

<sup>1</sup> A segunda edição desse livro, ampliada e revisada, foi publicada no formato e-book, pela Intercom, em 2014, disponível para download no site [www.sergiomattos.com.br](http://www.sergiomattos.com.br)

Como disse, foi no município de Paulista, em Pernambuco que, bem ao estilo de Zé Marques, aceitei o desafio. Estávamos reunidos, eu, Manuel Carlos Chaparro, Audálio Dantas e Luitgard Cavalcanti Barros em uma animada conversa sobre as nossas experiências individuais na produção de biografias, quando José Marques se aproximou, puxou uma cadeira e interagiu com o grupo. No momento exato em que ele chegou, virei para o grupo e disse: “Eis aqui — apontando para ele —, um excelente nome a ser biografado” e continuamos a conversa enquanto Zé Marques nada disse sobre o meu comentário. No dia seguinte, ainda durante o café da manhã, ele se aproximou da mesa onde eu estava com uma pilha de, pelo menos uns dez livros, colocou-os na mesa e, enfaticamente, disse: “Já que você vai ser meu biógrafo, comece a ler esses livros...” e afastou-se. Foi assim que o projeto da biografia que fiz de Zé Marques nasceu. Aliás, como quase todos os projetos que ele nos envolvia, bastava chegar junto dele, que havia sempre uma nova ideia, um novo projeto a ser executado e ele começava a distribuir tarefas às pessoas que ele acreditava estarem em condições de execu-

tá-las. Zé Marques sempre foi um *moto contínuo*, uma máquina de novas ideias. A partir daquele momento passamos a estreitar nossos contatos (pessoalmente, por telefone, ou por e-mail) coletando dados necessários para a biografia, além do trabalho de coletar depoimentos e levantar dados em fontes documentais e outras com o objetivo de sempre contextualizar cada um dos passos dele em épocas e ambientes geográficos diferentes.

Ao final, teria que criar um título que expressasse o que ele era, o que ele fazia, onde fazia e que representasse o líder que ele sempre foi. Depois de repassar vários livros, artigos e examinar inúmeras fotografias, comecei a vislumbrar um possível título baseado no fato de que ele, em alguns dos nossos congressos, brincava de colocar “Cocar de Índio” na cabeça dos amigos, quando não colocava em sua própria cabeça. A propósito, existem várias fotografias, belíssimas, de Zé Marques usando um Cocar, inclusive usei uma delas na segunda edição de *O Guerreiro Midiático*. O Cocar pode ser um simples adereço ou símbolo de status dentro de uma tribo. O Cocar representa a força do líder, o poder de mando

e de chefia e o mais belo, sempre usado pelo cacique, que também é o principal guerreiro da tribo. Foi, portanto, a partir desses símbolos que grafei o título *O Guerreiro Midiático*, que ele, Zé Marques, aceitou e que todos reconhecem como sendo um bom título, que exprime realmente tudo o que ele representa para todos nós. Ao apresentar-lhe o título, ele que era exímio tituleiro, concordou integralmente. Acredito que fui feliz na escolha do título.

Na Introdução do livro, logo nas primeiras duas linhas, afirmei: “Considerando a pluralidade de José Marques de Melo, escrever uma biografia completa seria quase que uma missão impossível”. E ainda continua sendo um grande desafio, como também já havia reconhecido Maria Cristina Gobbi que trabalhou anos seguidos com ele, na Cátedra UNESCO e na Metodista de São Bernardo do Campo, e tentava atualizar seus passos sem obter êxito.

Este desafio pode ser expresso em números. Imaginem que a primeira edição do livro saiu com 206 páginas. A segunda edição, de 2014, em formato digital, disponibilizada na internet para download, conta com 338 páginas. No entanto, isto não quer

dizer nada, se considerarmos o que ele produziu nos últimos cinco anos, senão vejamos: Em 2013, data da atualização do livro publicado no ano seguinte, Zé Marques tinha 140 livros (individuais e organizados) publicados e, em 2018, este total subiu para 173 títulos, conforme seu currículo Lattes, atualizado em fevereiro deste ano [2018].

Em cinco anos ele produziu 33 novos livros. Até 2013, ele havia registrado a publicação de 134 capítulos de livros que em 2018 atingiu o total de 154, ou seja, produziu e publicou 20 novos capítulos. Por isso que Maria Cristina Gobbi dizia que não conseguia atualizar os passos do professor Marques e este ainda é o grande desafio de todos nós. Gostaria ainda de salientar que, entre a publicação da primeira e da segunda edição de *O Guerreiro Midiático*, Zé Marques publicou mais de 30 livros e 40 capítulos de livros, donde se pode concluir que sua fase mais produtiva foi nos últimos dez anos de vida e que, apesar de limitações físicas impostas pelo *Mal de Parkinson*, ele nunca parou e continuou seu caminho, nos deixando um grande legado. Apesar de ele não concordar, as evidências que apresentei na biografia dele, me



levaram a concluir que ele era um **predestinado** e não apenas um **obstinado** como ele acreditava ser, a exemplo do que foi sua avó Eufrosina.

José Marques de Melo foi um dos mais fecundos autores latino-americanos, nos deixando obras fundamentais sobre o jornalismo e a comunicação. Ele construiu a memória do campo, além de lhe dar visibilidade e legitimidade acadêmica. “Um inventário da obra dele demonstra a transversalidade das reflexões e análises críticas. A interdisciplinaridade está presente em toda a sua obra, bem como o espírito de lançar desafios, pois a expectativa dele era a de que “os fatos e ideias, hipóteses ou interpretações dele, constantes em sua obra “pudessem estimular o pensamento midiático brasileiro a superar criticamente a inércia e a hesitação com que se vem debatendo”,<sup>2</sup> desde a passagem do século.

Ao longo de sua vida, Zé Marques sempre defendeu a livre circulação de ideias, garantindo a pluralidade e a diversidade de alternativas, mas não abdicava do direito à autodeterminação e do dever

---

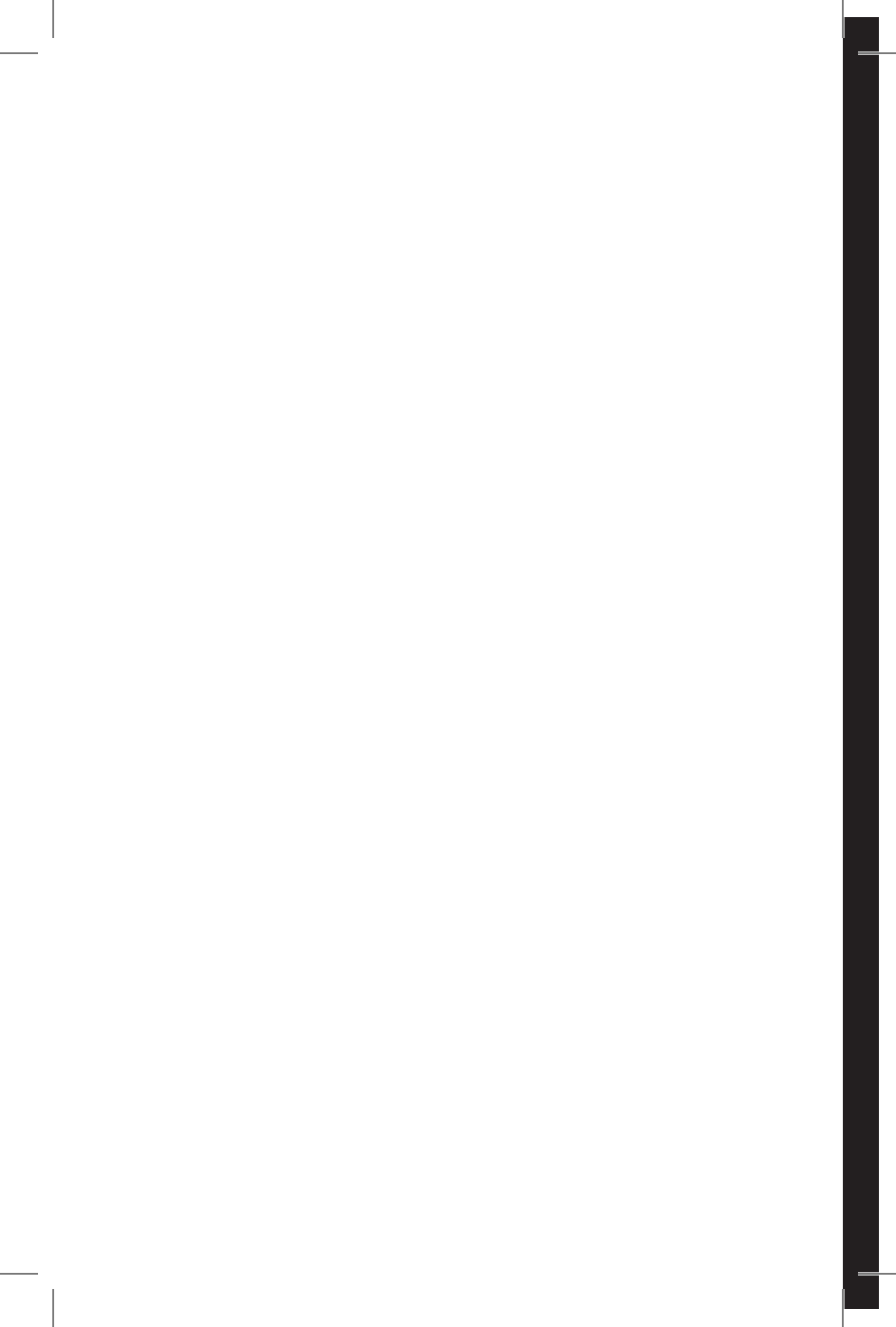
<sup>2</sup> MATTOS, Sérgio. *O Guerreiro Midiático: biografia de José Marques de Melo*. Petrópolis: Vozes, 2010, p. 249.

de projetar identidades no cenário mundial. Ele não se considerava nem vencedor, nem derrotado, mas reconhecia já ter sido mais combativo. Afinal de contas, a obra dele é referência em todo o mundo. No Brasil, ele consolidou o Jornalismo como campo de conhecimento, além de ter participado ativamente na construção de uma comunidade científica lusófona e trabalhou com afinco para intensificar a nossa autonomia teórica, fomentando a crítica metodológica e condenando “a atitude de deslumbramento em relação às teorias e metodologias estrangeiras” que fomentam o “complexo do colonizado.” Para evitarmos o complexo de colonizado, ele dizia: “Devemos dialogar com os parceiros hegemônicos, porém assumindo atitude clivada pela autoestima intelectual, esbanjando soberania e transparecendo altaneirismo”.

Além de precursor da Escola Latino-Americana de Comunicação, ele também é considerado o principal teórico lusófono do Jornalismo e da Comunicação. Dentro deste cenário, ele sempre esteve em sintonia com a realidade, com o contexto, com as necessidades da comunicação e seu desenvolvimen-

to no Brasil. Quando não tínhamos livros, na década de setenta do século passado, ele dirigiu coletâneas, publicou e editou autores que se transformaram em clássicos da área. Zé Marques é um poço sem fundo, cheio de saberes, de conselhos e sugestões, do qual ainda vamos aproveitar muitas lições, pois a cada instante descobrimos novas facetas de seu brilhantismo intelectual, da capacidade que tinha de aglutinar pessoas em torno de vários projetos que foram pensados, estruturados, alinhavados e produzidos sob sua liderança.

Apesar disso, a obra completa de José Marques de Melo carece ainda de uma revisão criteriosa que demonstre para as novas gerações como ele sempre esteve sintonizado com as transformações da sociedade. A obra de Zé Marques apresenta coerência com as reflexões que ele fez ao longo dos últimos 50 anos sobre os fenômenos da comunicação. Enfim, ele era uma verdadeira máquina de ideias, que atuava na área de comunicação como se estivesse regendo uma grande orquestra.



# *Fundamentos de uma trajetória*

---

Texto originalmente publicado no Livro: ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de; JACONI, Sonia. *JMM- Fortuna Crítica de José Marques de Melo – Jornalismo e Midiologia*. São Paulo: Intercom, 2013, p. 15-21.

*Da Responsabilidade social do jornalismo*, um opúsculo de 14 páginas de conteúdo, publicado como tendo sido o nº 1 da Série Documentos do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), em Recife, no ano de 1965, se caracteriza como a primeira publicação de José Marques de Melo no formato de livro. Trata-se do texto do discurso que ele pronunciou na condição de Orador da Turma, na solenidade de colação de grau dos Bacharéis em Jornalismo de 1964, da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP.

No convite de formatura dos Bacharéis em Jornalismo de 1964, segunda turma do curso dirigido por Luiz Beltrão, está impresso o registro de que José Marques de Melo foi escolhido como Orador da Turma “para representar o pensamento dos novos jornalistas na solenidade de colação de grau”. Àquela época, ele já tinha experiência como jornalista tendo em vista ter colaborado e trabalhado na *Gazeta de Alagoas*, no *Jornal de Alagoas* e na *Última Hora-Nordeste*, além de ter sido diretor do Movimento de Cultura Popular, Assessor do ex-secretário de Educação Germano Coelho e quando de sua formatura exercia

a função de Coordenador dos Serviços de Editoração da SUDENE.

O opúsculo foi lançado durante a realização do I Curso Nacional de Ciências da Informação, promovido pelo ICINFORM com a colaboração da SUDENE e de outros órgãos públicos do Nordeste. Apesar de não constar entre as obras do autor no currículo da Plataforma Lattes, podemos inferir que foi com a publicação deste opúsculo que a produção acadêmica de José Marques de Melo foi iniciada, inaugurando também a série de documentos publicados pelo ICINFORM.

O ICINFORM foi criado e instalado no ano de 1963 por Luiz Beltrão, quando da formatura da primeira turma de Jornalismo da UNICAP, com o propósito de estimular a integração entre a Universidade e os profissionais da área, além de procurar estimular o interesse pela pesquisa e a divulgação científica. De certa forma, foi ele quem, direta e indiretamente, estimulou em José Marques de Melo o gosto pela pesquisa.

O pioneirismo e a dedicação de Luiz Beltrão, autor de *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* (1960), que

integra a coleção dos Clássicos do Jornalismo Brasileiro, publicada pela EDUSP ao lado de outros autores paradigmáticos como Barbosa Lima Sobrinho, Rui Barbosa, Carlos Rizzini, Danton Jobim, Carlos Lacerda, Alceu de Amoroso Lima, entre outros, com toda certeza muito influenciou na carreira construída por José Marques de Melo.

Beltrão criou o primeiro periódico científico em comunicação do país, *Comunicação & Problemas*, inspirado na revista *Journalism Quartely*, para funcionar como o veículo de divulgação do ICINFORM que, por sua vez, foi inspirado do CIESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores da Comunicação para a América Latina), onde logo após a formatura José Marques de Melo foi fazer curso de pós-graduação. Como Luiz Beltrão, primeiro doutor em Comunicação, José Marques de Melo foi o primeiro a defender tese de doutoramento em Jornalismo no Brasil.

Como discípulo de Luiz Beltrão, José Marques de Melo seguiu os passos dele no que diz respeito à sistematização do conhecimento estocado na literatura da área e, como resultado disso, hoje, exhibe em



seu currículo inúmeros livros publicados e instituições criadas, a exemplo da INTERCOM. Como Luiz Beltrão dialogava e transitava entre autores paradigmáticos de sua época, o mesmo, e com maior intensidade, podemos dizer com relação a José Marques de Melo, reconhecido internacionalmente pelo trabalho consistente em benefício da área da comunicação em geral e do campo do jornalismo em particular.

Mas, para chegar ao patamar atual, José Marques de Melo começou com a publicação do opúsculo intitulado *Da Responsabilidade Social do Jornalismo*, que é o objetivo desta resenha e sobre o qual nos dedicaremos após contextualizar o clima em que se encontrava o país no ano em que ele foi o Orador da Turma. Assim sendo, a diplomação da segunda turma de Bacharéis em Jornalismo da UNICAP ocorreu em dezembro de 1964, numa época em que o Brasil vinha vivendo uma crise política que se arrastava desde a renúncia de Jânio Quadros, em 1961, agravada pelas consequências da Guerra Fria, que estava no auge.

A diplomação, portanto, ocorreu no ano do Golpe de 1964, que afastou João Goulart da presidência

da república e que se caracterizou pela supressão dos direitos constitucionais, pela censura, pela repressão, perseguição política e prisão de inúmeros intelectuais, políticos e jornalistas. Em Recife, o governador Miguel Arraes foi destituído do cargo e preso como traidor da nação. José Marques de Melo trabalhava no governo de Arraes exercendo a função de chefe de gabinete do secretário de Educação e, em seguida, foi coordenar o projeto de consolidação do Movimento de Cultura Popular, tendo também sofrido as consequências por ter participado do governo de Arraes (MATTOS, 2010).

Considerando o contexto político e social do país no ano de sua diplomação, o discurso pronunciado por José Marques de Melo e transformado em opúsculo publicado pelo ICINFORM foi corajoso ao denunciar os atentados contra a liberdade de imprensa pelo poder político e as pressões econômicas no sentido de exercer o controle da mídia:

No momento atual [1964], o jornalismo brasileiro atravessa um período de crise. Crise, aliás, que é uma consequência da nossa condição de país subdesenvolvido, e que deriva de instabilidade política e econômica da nação. De um lado, vemos

a pressão do poder político efetuando atentados à liberdade de imprensa, não obstante o dispositivo constitucional que declara “É livre a manifestação de pensamento, sem que dependa da censura”. De outro lado, vemos a pressão dos anunciantes e o controle dos nossos veículos de informação por poderosos grupos econômicos estrangeiros, o que representa uma investida atentatória à soberania nacional. Aliás, fatos dessa natureza têm sido denunciados largamente, sobretudo a partir de exemplos palpáveis como o controle dos veículos de difusão nos períodos eleitorais, sem que o poder público tenha tomado quaisquer providências para sanar esse mal. Nesse sentido é que o economista Celso Furtado, reconhecendo as consequências nefastas provocadas pelo desvirtuamento dos objetivos da imprensa nacional, a serviço de grupos alienígenas, advertia com muito acerto: “Devemos ter um estatuto legal que discipline a ação do capital estrangeiro, subordinando-o aos objetivos do nosso desenvolvimento econômico e da independência política. Deve o governo dispor, ainda, de meios para conhecer os recursos aplicados nos órgãos que orientam a opinião pública (MARQUES DE MELO, 1965, p. 12-13).

No seu discurso de formatura, José Marques de Melo já evidenciava sua preocupação com a for-

mação do jornalista e com o ensino do jornalismo. Duas coisas às quais ele tem dedicado sua vida profissional ao longo das últimas cinco décadas, o que demonstra coerência de pensamento e o quanto ele já estava consciente do problema àquela época. Ele ainda hoje, 2012, defende opinião de que o ensino do jornalismo precisa ser repensado para superar distorções existentes nos processos de produção e difusão jornalística. Em livro recente, *História do Jornalismo*, ele diz que precisamos:

1) Romper a tradição gutenberguiana que nos tem mantido prisioneiros dentro de estruturas tecnologicamente anacrônicas que ainda governam a lógica dos processos de ensino-aprendizagem. Precisamos potencializar os recursos oferecidos pelas novas tecnologias digitais, formando profissionais vocacionados para produzir conteúdos jornalísticos de interesse das maiorias iletradas, que permanecem excluídas do banquete civilizatório [...]

2) Ultrapassar a caricatura balzaquiana que nos tem induzido a privilegiar a formação aristocrática de jornalistas comprometidos com os interesses das elites cultas ou medianamente educadas. Precisamos engendrar estratégias discursivas sintonizadas com o repertório das populações subinformadas

e aplicar táticas motivadoras do apetite cultural daqueles bolsões marginalizados da sociedade de consumo. [...] precisamos tomar como referência a Cultura Popular, ao invés de persistir no domínio exclusivo da Cultura Erudita (MARQUES DE MELO, 2012, p. 136).

Baseando-se na argumentação de autores estrangeiros como Fraser Bond, Roger Clause, Raymond Nixon, Walter Williams e até em Pio XII, além de citar os brasileiros Luiz Beltrão, Walter Ramos Poyares, Celso Furtado e Rui Barbosa, ele construiu seu discurso elencando conceitos e afirmações de inúmeros autores que considerava como básicos para o exercício do jornalismo, tais como os exemplos a seguir:

1. Compete ao jornalista a tarefa memorável de lutar pela construção de uma sociedade cada vez mais justa e mais humana.
2. O jornalista não deve permanecer passivo diante dos problemas, limitando-se a criticá-los. A posição do jornalista tem que ser ativa e participante na elaboração do Direito, da luta pelo desenvolvimento.

3. A tarefa do jornalista exige abnegação e destemor, honestidade e exatidão. Coragem e Cívismo.
4. O jornalista só deve escrever o que julga ser verdadeiro.
5. O jornalista tem que ser um profissional que não cede a pressões políticas ou econômicas.
6. O jornalista e o jornalismo devem ser leais à verdade.
7. O jornalismo deve estar a serviço do bem comum, da justiça e da verdade.
8. Os jornalistas são os defensores do povo e por isso na vida profissional a nossa posição deve ser exatamente a do vigilante.
9. A defesa da liberdade de pensamento e expressão é uma guerra contínua.

Nesse opúsculo, José Marques de Melo reconhece que a solenidade de formatura em Jornalismo “significa também um marco para a própria vida social e política da região”, pois, citando Walter Ramos Poyares, “[...] nada contribuirá mais decisivamente para que a imprensa se torne respeitável do que o levantamento do nível de formação dos jornalistas”.

Ao longo do texto José Marques de Melo deixa claro ter consciência de que o jornalismo brasileiro atravessava um período de crise como consequência do subdesenvolvimento, derivado da instabilidade política e econômica. E exatamente por isso condenou as pressões e atentados políticos e econômicos contra a liberdade de imprensa.

Em seu discurso, ele identificou o período de sua formatura como o período de transição entre o jornalista boêmio e o jornalista profissional. O período no qual o jornalismo romântico entrou em declínio cedendo o espaço ao jornalismo mais técnico e destinado a informar e a formar opinião. Considerando-se como um Técnico em Informação, ele destacou mais uma vez a importância da formação de nível superior do jornalista ao exortar os novos jornalistas:

Meus colegas: a responsabilidade que assumimos neste momento histórico é de profunda significação. Ao dizer: “Eu creio no jornalismo como profissão a serviço do bem comum, da justiça e da verdade”, cada um de nós aceita uma tarefa memorável na luta pela construção de uma sociedade cada vez mais justa e mais humana. Pois, como diz o prof.

Raymond Nixon, catedrático de Jornalismo da Universidade de Minnesota, dos Estados Unidos: “A influência da imprensa junto à opinião pública torna-se mais responsável e decisiva. O próprio desenvolvimento econômico e social dos povos está sujeito, em grande parte, à orientação criteriosa que lhes é proporcionada pelos homens que têm em suas mãos os recursos para a divulgação dos fatos e das ideias.” (MARQUES DE MELO, 1965).

Em síntese, o opúsculo *Da Responsabilidade Social do Jornalismo* representa a gênese, o marco referencial, o início de um pensamento do qual se originou a maior parte dos estudos e publicações acadêmicas de José Marques de Melo. Esse opúsculo evidencia ainda que, desde a época de sua formatura em Jornalismo, o autor já tinha pleno domínio conceitual e teórico do campo do jornalismo e que dialogava com os principais autores nacionais e estrangeiros do setor, demonstrando intimidade com o conteúdo abordado em suas respectivas obras, inclusive os clássicos. O autor também tinha plena consciência da época de transição e expansão do jornalismo, da indústria cultural e a formação de cadeias e redes nacionais e regionais.



E para concluir vale destacar a consciência e o conhecimento da história do jornalismo e dos jornalistas que fizeram acontecer no Brasil quando da exortação que fez, no final de seu discurso, sobre o papel de vigilância que os novos jornalistas deveriam assumir:

[...] a nossa posição na vida profissional deve ser exatamente a de “Vigilantes”. Vigilantes para que as informações fornecidas ao público sejam “verdadeiras e exatas”, vigilantes para que elas sejam cotadas de “honestidade e respeito à dignidade humana”. Vigilantes para que o jornalismo brasileiro continue aquela tradição nacionalista, de que são marcos o jornalismo incipiente de Tiradentes, de Cipriano Barata, de Frei Caneca, de Evaristo da Veiga, na luta pela independência do país, e de José Bach e Monteiro Lobato, na campanha pelo monopólio estatal do petróleo. Vigilantes, enfim, porque, no dizer de Fraser Bond, “a batalha pela liberdade de pensamento e de expressão não conhece armistício; a luta pela sua salvaguarda é uma guerra contínua que existirá enquanto existirem as forças que a ela se opõem.” (MARQUES DE MELO, 1965).

## REFERÊNCIAS

MARQUES DE MELO, José. *Da responsabilidade social no jornalismo*. Recife: INCIFORM, 1965.

MARQUES DE MELO, José. *História do Jornalismo – Itinerário crítico, mosaico contextual*. São Paulo: Paulus, 2012.

MATTOS, Sérgio. *O Guerreiro Midiático: biografia de José Marques de Melo*. São Paulo: Intercom; Petrópolis: Vozes, 2010.

# *Abrindo caminhos nas agências de fomento*

---

Texto originalmente publicado no livro: PEREIRA, Clarissa Josgrilberg et al. (Orgs.) *JMM- Fortuna Crítica de José Marques de Melo: Liderança e Vanguardismo*. São Paulo: Intercom, 2015, p. 267-274.

**A**o doutor, ensaísta, jornalista, pesquisador e professor José Marques de Melo tem sido atribuído inúmeros adjetivos no sentido de defini-lo em poucas ou até mesmo com uma só palavra. Ao ler resenhas, orelhas, prefácios, prólogos e posfácios de suas obras, ou perfis que lhe foram traçados, nos deparamos com qualitativos que tentam expressar a importância e o papel desempenhado por ele, no campo da comunicação, a exemplos de:

“Aglutinador”, “Desafiador”, “Determinado”, “Motivador”, “Pioneiro”, “Predestinado”, “Pragmático”, “Visionário”, “Criador de Instituições”, “Desbravador de caminhos”, “Empreendedor ousado”, “Guerreiro Midiático”, “incansável pesquisador”, “Investigador de desafios”, “profissional emblemático”, “Semeador de Ideias”, “Figura ímpar e múltipla”, “Pesquisador multidisciplinar do jornalismo”, “Desbravador de novas fronteiras acadêmicas”, “Edificador do pensamento comunicacional”, “Estimulador de novas reflexões”, “Incansável em sua missão”, “Mestre de todos nós”, “Fomentador da produção científica”, “Grande árvore arquetípica do Gênesis”, “Multiplicador do conhecimento produzido na área da comunicação”, “Construtor do pensamento da comunicação brasileira”, “Detentor de liderança imprescindível para a comunicação”, “Consolida-

dor da pesquisa comunicacional no país”, “grande divulgador da pesquisa acadêmica em âmbito internacional”, “professor de todas as gerações de alunos, professores e pesquisadores em comunicação”. Além de todas essas qualificações, destaca-se o reconhecimento geral da capacidade que ele tem de agregar, política e academicamente, pessoas de diferentes correntes metodológicas ou ideológicas de todos os pontos do país (ARAGÃO, MORAIS e JACOMI, 2013; MATTOS, 2010).

A essas qualidades somam-se outras, que conseguimos garimpar em múltiplos textos e que evidenciam a capacidade que José Marques de Melo tem de definir alguns problemas da comunicação com poucas palavras como se fosse um “tituleiro” de jornal diário. Ele sabe escolher as palavras certas quando nos debates ou nas entrevistas concedidas e, como profundo conhecedor da comunidade acadêmica, denuncia que os pesquisadores brasileiros sofrem ainda da “síndrome do colonizado”, que muitos estão com “amnésia histórica” e define que “nosso grande dilema continua sendo o elitismo.” Ratificando essa criatividade, basta verificarmos alguns títulos de seus livros: *A Esfinge Midiática* (Paulus, 2004); *Comunicação Eclesial: utopia e realidade* (Pauli-

nas, 2005); *Vestígios da Travessia – Da imprensa à Internet – 50 anos de Jornalismo* (Paulus, 2009); *Valquírias Midiáticas* (Intercom, 2010); *Cidadania Glocal – Identidade Nordestina* (Latus, 2011); *História do Jornalismo – Itinerário crítico, mosaico contextual* (Paulus, 2012).

O perfil acadêmico de José Marques de Melo, primeiro doutor em Jornalismo titulado por universidade brasileira e um dos fundadores da ECA-USP, é do conhecimento público e resumidamente está explicitado no texto de abertura de seu currículo, disponibilizado na Plataforma Lattes, com dados fornecidos por ele mesmo, ou seja:

Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1964), graduação em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco (1965), doutorado e livre-docência em Ciências da Comunicação - Jornalismo pela Universidade de São Paulo (1973). Atualmente é professor titular da Universidade Metodista de São Paulo, onde é Diretor da Cátedra UNESCO de Comunicação. Publicou meia centena de livros e coletâneas, mais de uma centena de artigos em periódicos científicos do país e do exterior. Fundou e dirigiu sociedades científicas no espaço iberoamericano. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, atuando principalmente

nos seguintes temas: jornalismo brasileiro, gêneros jornalísticos, pensamento comunicacional latino-americano, história das ciências da comunicação (MARQUES DE MELO, 2014).

Frente a este cenário, o objetivo deste artigo é identificar alguns aspectos da relação de José Marques de Melo com as agências de incentivo à pesquisa científica e de formação de pesquisadores brasileiros. Vale salientar que o papel individual desempenhado nos últimos 40 anos por José Marques de Melo no sentido de consolidar o campo da comunicação, por analogia e com a permissão da licença poética, confunde-se, por exemplo, com os objetivos das maiores agências de fomento do país: CAPES, CNPq, em nível nacional, e FAPESP, em nível estadual, que se dedicam a fomentar a pesquisa científica e tecnológica e incentivar a formação de pesquisadores brasileiros, além de atuar na formulação de políticas específicas.

Digo, por analogia, que o papel desempenhado por José Marques de Melo confunde-se com o das agências de fomento, porque ele tem realizado e atuado praticamente como se ele mesmo fosse uma

instituição, pois ele tem formado dezenas de pesquisadores (mestres e doutores), tem desenvolvido projetos de pesquisa com inúmeros pesquisadores, que ele arremonta por todo o país, conseguindo posteriormente publicar os resultados em parceria com editoras universitárias e privadas, ou com órgãos públicos, tais como a Fundação de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência, ou a Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, entre outros.

E se tudo isto não bastasse, ele também propõe políticas e diretrizes para a área de comunicação. Por duas vezes foi presidente da Comissão de Especialistas do MEC para a formulação de Diretrizes dos Cursos de Comunicação Social, em 1986, e das Diretrizes dos Cursos de Jornalismo, em 2009. Na condição de presidente da Federação Brasileira das Sociedades Científicas da Comunicação (SOCICOM), José Marques de Melo assinou, em 2010, uma parceria com o IPEA para discutir políticas públicas de comunicação no Brasil, pois, segundo ele, a Universidade não tem dialogado com as empresas e a indústria,



[...] restringindo o debate sobre comunicação e desenvolvimento somente à academia. [...] Este trabalho que a SOCICOM está fazendo com o IPEA vai possibilitar que pela primeira vez tenhamos um panorama dos estudos em comunicação no país. Não temos ainda um quadro explícito do conhecimento gerado nesta área. Daí a importância da parceria com o IPEA, para a coleta de dados de modo sistemático, o que é extremamente importante para análise e planejamento, predição e previsão (VIZIA, 2010).

## MARQUES DE MELO E AS AGÊNCIAS DE FOMENTO

Ao longo de sua vida profissional, a relação de José Marques de Melo com as agências de fomento não se limitou à sua formação acadêmica, com a obtenção de bolsas de estudo para cursos de pós-graduação, verbas para desenvolver projetos de pesquisa e realizar eventos. Como docente ele implantou e avaliou inúmeros cursos de graduação e pós-graduação, contribuindo para o avanço do conhecimento. Criou periódicos de comunicação, além de ter implantado e dirigido várias entidades vinculadas à área no Brasil e no exterior. Ele também tem atuado na Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de

Nível Superior (CAPES), no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), além de outras agências, como avaliador, bolsista, consultor científico e parecerista. Durante o período de 1985 a 1992, ele foi membro do Comitê Assessor da área de Comunicação, bem como do Conselho Deliberativo do CNPq.

Como consultor e avaliador José Marques de Melo teve condições de observar e avaliar as condições de funcionamento e o desempenho acadêmico de inúmeros cursos de mestrado e doutorado<sup>3</sup>, além de ter participado de grupos de autorização e reconhecimento de cursos de graduação de comunicação. Como parecerista de projetos de pesquisa e de avaliação de propostas de eventos ou para publicações ele pode contribuir, apresentando sugestões, indicando ajustes necessários às propostas para que fossem aprovadas.

---

<sup>3</sup> De acordo com o Documento de Área, da CAPES, Avaliação Trienal, em 2013 existiam 63 Cursos de Pós-Graduação em Comunicação, sendo 20 doutorados, 42 mestrados acadêmicos e um mestrado profissional.

Com muita habilidade, José Marques de Melo tem criado ao longo dos últimos 40 anos instituições, a exemplo da INTERCOM, SOCICOM, CONFIBERCOM<sup>4</sup> e vários periódicos, impressos e eletrônicos, dos quais se destacam a *Revista Brasileira de Ciência da Comunicação* e *Comunicação & Sociedade*. As associações e periódicos criados poderiam ter desaparecido, mas devido à estrutura que ele montou, garantindo a formação de quadros e estabelecendo princípios para a continuidade dos trabalhos, envolvendo alunos, pesquisadores, instituições de ensino, elas continuam crescendo e garantindo a produção e veiculação do conhecimento. A *Revista Brasileira de Ciência da Comunicação*, com 35 anos de circulação ininterrupta, por exemplo, foi, segundo José Marques de Melo,

O primeiro periódico científico genuinamente comunicacional admitido nessa organização [SciELLO], confirmando sua trajetória como revista

---

<sup>4</sup> INTERCOM — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; SOCICOM — Federação Nacional das Associações de Comunicação; e CONFIBERCOM — Confederação das Entidades Acadêmicas Ibero-americanas da Comunicação.

de vanguarda, cuja excelência acadêmica vem sendo reconhecida pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e pelas agências de fomento-científico — CAPES e CNPq (PORTCOM, 2013).

Baseadas, principalmente, nas proposições idealizadas por Marques de Melo, as instituições promovem eventos regionais, nacionais e internacionais, na forma de cursos, congressos, mesas redondas e seminários, sempre contando com o apoio, financiamento, parceria e promoção das agências de fomento, que ele tão bem conhece, no sentido de promover, solidificar e desenvolver o campo da comunicação. Como já registrou a doutora Maria Cristina Gobbi, uma de suas biógrafas,

Uma das características mais marcantes do professor José Marques de Melo, sendo quase que uma unanimidade entre aqueles que o conhecem, é sua capacidade de aglutinar pessoas em torno de um mesmo ideal. Nesse sentido, sua contribuição na formação e no desenvolvimento de associações científicas formadas por pesquisadores e profissionais, têm sido notável (GOBBI, 2008).

Apesar das dificuldades, José Marques sempre consegue obter o apoio das agências de fomento de-

vido aos projetos bem elaborados, da argumentação fértil e segura, voltados para o desenvolvimento do trabalho científico da área de comunicação, garantindo ao Brasil aumentar sua participação também nas publicações internacionais. Aliás, esta sempre foi uma das preocupações dele.

Em 1996, Marques de Melo implantou, na Universidade Metodista de São Paulo, a Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e tornou-se seu titular. Para difundir a produção brasileira internacionalmente, por meio da Cátedra e com o apoio da Umesp, ele passou a promover anualmente, a partir de 1997 o CELACOM - Ciclo de Estudos da Escola Latino-Americano de Comunicação. A partir daí muitos livros foram publicados com o conteúdo dos trabalhos apresentados por pesquisadores brasileiros e latino-americanos. Como desdobramento desse projeto, surgiu a revista científica eletrônica PCLA — Pensamento Comunicacional Latino-Americano (MATTOS, 2010).

Os objetivos da cátedra eram: construir um núcleo permanente de reflexão e ação sobre políticas de comunicação, potencializando o uso das moder-

nas tecnologias de difusão em processos de desenvolvimento, contribuindo para a preservação das identidades culturais das regiões brasileiras; dar atenção prioritária ao conhecimento produzido pela escola latino-americana de Ciência da Comunicação e disseminá-lo nas universidades brasileiras; formar recursos humanos e realizar pesquisas para atender às carências pedagógicas da rede nacional de faculdades de comunicação, sensibilizando ao mesmo tempo os profissionais da indústria da mídia para o fortalecimento da cidadania. Paralelamente, a cátedra realiza cursos anuais de aperfeiçoamento para docentes, pesquisadores e profissionais, capacitando-os para a implementação de políticas democráticas de comunicação. Estimula a presença de professores-visitantes, oriundos de outros países/regiões, incrementando o intercâmbio cultural. Promove estudos destinados a diagnosticar o estágio atual de desenvolvimento da indústria da comunicação e detecta o grau de sintonia partilhado em relação às demandas coletivas. Publica através das diferentes modalidades de canais disponíveis, os resultados das pesquisas desenvolvidas ou das reflexões propostas pelos docentes/profissionais participantes das atividades da cátedra.

Muitas pesquisas, desde então, passaram a ser coordenadas por José Marques de Melo. Exemplo disso

foram os projetos *Escola Latino-americana de Comunicação* (resgatar histórias de vida de personalidades e instituições voltadas para comunicação), *Imprensa Regional* (diagnosticar tendências editoriais dos jornais representativos de várias regiões) e *O impacto da globalização na cultura brasileira* (analisar a interação entre as culturas regionais e a cultura global) (LOPES; GOMES, 2000).

Mesmo com tantas realizações que contam com o apoio e parceria das agências de fomento, José Marques de Melo lamenta que o campo da comunicação não possui uma identidade própria e que falta autoestima intelectual aos pesquisadores da área. Na entrevista concedida a Mariluce Moura, da *Revista Pesquisa, da FAPESP*, ao fazer um balanço da pesquisa em comunicação no Brasil, ele diz:

Na verdade, sou muito crítico. É um campo que cresceu muito. Em 2013 vamos completar 50 anos de atuação e já somos o segundo país em número de pesquisas — à nossa frente só estão os Estados Unidos, que têm uma tradição de 100 anos. Temos recursos, temos 250 mil estudantes, 25 mil professores e muitos doutores. Nossa presença nos congressos internacionais é marcante, somos o segundo no ranking de papers selecionados para o principal evento internacional de nossa área, a Internatio-

nal Association for Media and Communication Research (IAMCR), mas a pesquisa brasileira não consegue deslançar no sentido de liderança.

[...] A primeira razão é não termos autoestima intelectual. O campo ainda não tem identidade própria, trabalha com objetos cada vez mais perto de uma identidade, mas falta assumir isso.

[...] Meu diagnóstico é que a comunicação continua sendo o primo pobre das humanidades e das ciências sociais aplicadas aqui no Brasil porque temos sempre uma associação desqualificando a outra, quando devíamos estar unidos, brigando por recursos para todo o campo, e não para segmentos (MOURA, 2012).

Ao longo de sua trajetória, José Marques de Melo, como registrado no livro *O Guerreiro Midiático*, procura defender a livre circulação de ideias, garantindo a pluralidade e a diversidade de alternativas, mas “não abduco do direito à autodeterminação e do dever de projetar nossas identidades no cenário mundial” (MATTOS, 2010).

Concluindo, transcrevo trecho de entrevista de José Marques de Melo, concedida a Boanerges Lopes e Luciana Gomes. Nela ele resume a própria carreira:



Minha carreira teve um certo determinismo “orteguiano” (Ortega y Gasset, filósofo espanhol). Ela foi motivada pelas “circunstâncias” com que me deparei, enfrentando-as com bonomia e ousadia. Esse traço foi notado, com perspicácia por Luiz Beltrão, no prefácio que ele escreveu para o meu livro “Sociologia da Imprensa Brasileira”, quando estabelece conexões entre a minha origem “sertaneja” e a minha “valentia” acadêmica. Pois bem, *eu abri muitos “caminhos”* [grifo nosso] no campo comunicacional, sem oportunidade para me dedicar em particular a um deles, até mesmo pela minha disposição de formar equipes, incentivando os mais jovens a pesquisar e em alguns casos a ceder-lhes objetos de estudos para os quais os motivei. Agora, na minha fase de maturidade, procuro recuperar o tempo perdido. Dedico-me a um objeto concreto, apesar de polifacetado, que é a construção da memória histórica do pensamento comunicacional na América Latina, particularmente no Brasil (LOPES; GOMES, 2000

## REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de; JACONI, Sônia (Orgs.). *Fortuna Crítica de José Marques de Melo – Jornalismo e Midiologia*. São Paulo: Intercom, 2013. Coleção Fortuna Crítica, vol. 1.

GOBBI, Maria Cristina. José Marques de Melo: o mestre de todos nós. Trabalho apresentado no GT de Midiologia do VI Congresso Nacional de História da Mídia da Rede Alfredo de Carvalho, Universidade Federal Fluminense- Niterói-RJ, de 13 a 16 de maio de 2008.

LOPES, Boanerges; GOMES, Luciana. 40 Anos de Jornalismo – Entrevista de José Marques de Melo. São Paulo: PCLA, vol. 1. N. 3, abr/mai/jun., 2000. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista3/entrevista3-2.htm>. Acesso em 25/9/2014.

MARQUES DE MELO, José. Plataforma Lattes - CNPq. Disponível em [lattes.cnpq.br/4271609139942812](http://lattes.cnpq.br/4271609139942812). Acesso em 10/10/2014.

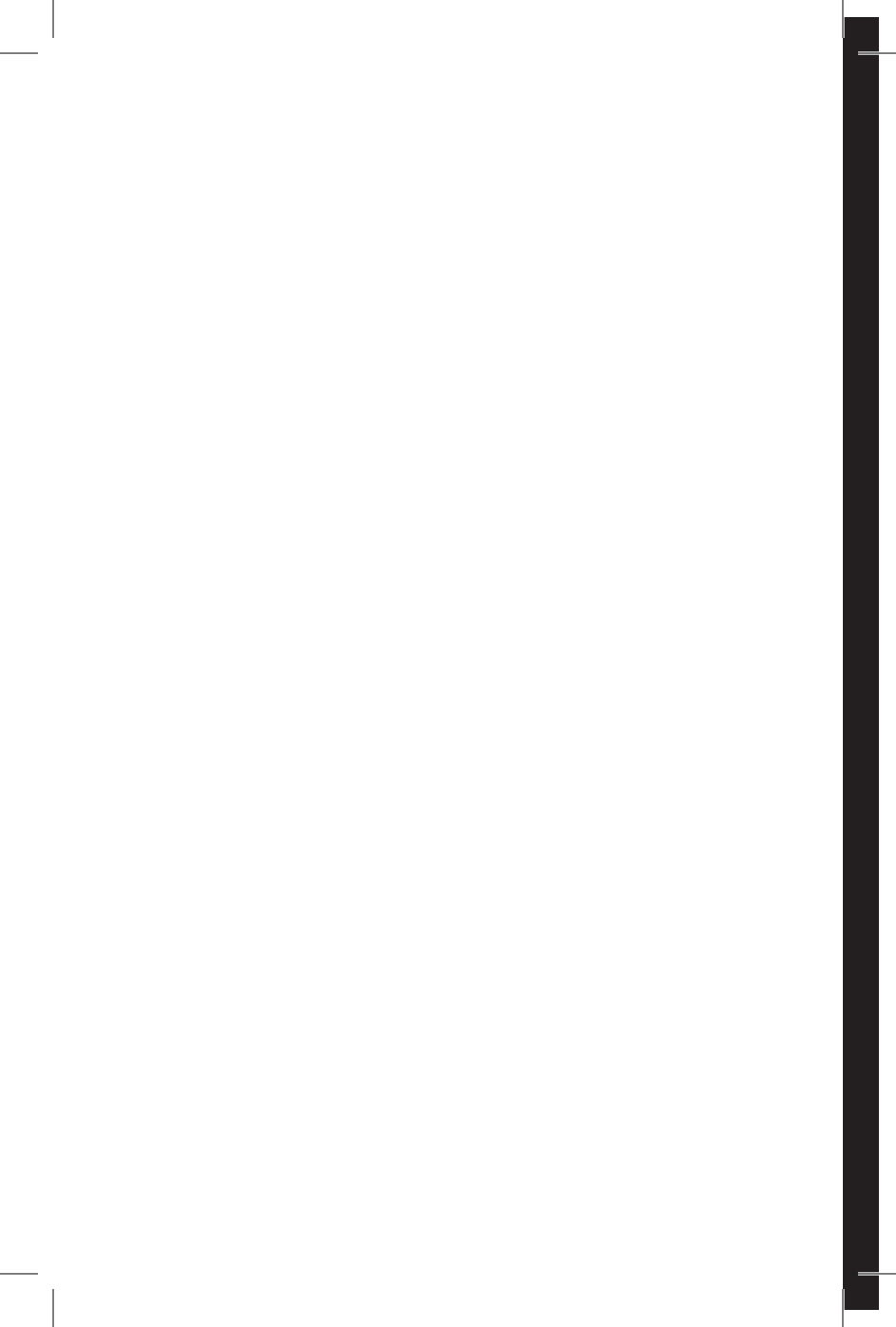
MATTOS, Sérgio. *O Guerreiro Midiático* – biografia de José Marques de Melo. São Paulo/Petrópolis: Intercom/ Editora Vozes, 2010.

MOURA, Mariluce. A prima pobre das ciências sociais (Entrevista – José Marques de Melo). São Paulo: *Revista Pesquisa - FAPESP*, nº 201, nov./ 2012, p. 27-33.

PORTCOM. Aos 34 anos, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação é aceita na SciELO, 2013. Disponível em: [http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2357%3Aespecial-](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2357%3Aespecial-)

~~35-anos-aos-34-anos-revista-brasileira-de-ciencias-da-comunicacao-e-aceita-na-scielo&catid=216&Itemid=103~~  
Acesso em 10/10/2014.

VIZIA, Bruno. José Marques de Melo — Comunicação está na modernização da sociedade, mas pesquisa no Brasil ainda reproduz modelos externos. *Desafios*, ano 7, Edição 63, 19/11/2010.



# *Contribuições de Marques de Melo aos estudos da comunicação*

---

Texto apresentado no GP de Teorias da Comunicação, durante o 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado no período de 4 a 7 de setembro de 2018, em Joinville, Santa Catarina.

Começo minha fala citando o depoimento que Carlos Eduardo Lins da Silva deu sobre José Marques de Melo para o livro *O Guerreiro Midiático*. Lins da Silva resumiu a importância de Marques para a área da comunicação afirmando que

José Marques de Melo não é apenas um dos mais importantes teóricos da comunicação da história do Brasil. Ele é a pessoa a quem esse campo de estudos mais deve no país. Incentivador de talentos acadêmicos, organizador incansável de entidades, idealizador de departamentos de jornalismo e escolas de comunicação, metódico realizador na área da bibliografia e da documentação. Sem Melo não haveria estudos científicos da comunicação digno dessa denominação. Antes de José Marques de Melo, não havia ciência na observação da comunicação social do Brasil; depois dele, este país [passou a ser] respeitado internacionalmente pelos mais importantes nomes e mais importantes instituições dessa área em todo o mundo. Muita gente ajudou a construir esse prestígio. Mas ninguém mais do que Melo (LINS DA SILVA 2001 apud MATTOS, 2010, p. 16).

Foi Marques de Melo quem consolidou o desenvolvimento da comunicação acadêmica no Brasil e a criação da INTERCOM, por ele idealizada em 1977.

Foi também o responsável pela legitimação da área da comunicação como uma área acadêmica. Além da INTERCOM, esteve diretamente envolvido na criação de várias outras instituições na área da comunicação e do jornalismo no Brasil e no exterior.

Por meio da análise da produção bibliográfica de José Marques de Melo é possível traçar uma visão panorâmica dos avanços metodológicos das pesquisas em comunicação na América Latina em geral e no Brasil em particular. Para que tenhamos uma ideia do tamanho e valor dessa obra, basta dizer que ele é autor/organizador de 173 livros, de 154 capítulos de livros e de 138 artigos publicados em periódicos científicos, além de 238 textos em jornais e revistas de conhecimento geral, nos quais tratou do jornalismo ou de temas comunicacionais.

José Marques de Melo se transformou num dos mais fecundos autores latino-americanos, produzindo obras fundamentais sobre o jornalismo e a comunicação. A partir da observação dos fatos e da identificação dos sujeitos sociais envolvidos nos fenômenos comunicacionais, ele construiu a memória do campo, além de lhe dar uma maior legitimação

acadêmica. Dentre as inúmeras pesquisas que ele realizou e ou coordenou destacam-se: o resgate das histórias de vida de personalidades e instituições da comunicação; o diagnóstico das tendências editoriais da imprensa regional; e as análises do impacto da globalização nas culturas regionais.<sup>5</sup>

Segundo ele mesmo, os marcos bibliográficos de sua obra são os seguintes livros: *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970), *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972), *Sociologia da Imprensa Brasileira* (1974), *Jornalismo Opinativo: gêneros no jornalismo brasileiro* (1980) e *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1985), considerados como clássicos em nossa área. No entanto, muitos outros títulos são marcantes e contribuíram em épocas diferentes para consolidar os estudos do jornalismo e da comunicação.

Juçara Brites, que estudou especificamente a contribuição de José Marques para a pesquisa em comunicação no Brasil, destaca que ele “é pioneiro, ainda, em reflexão acadêmica sobre Política da Comunicação, Comunicação Comparada, Comunica-

---

<sup>5</sup> MATTOS, Sérgio. *O Guerreiro Midiático: biografia de José Marques de Melo*. 2. ed., São Paulo: INTERCOM 2014.



ção Popular e Telenovelas. A ele — segundo Juçara — deve-se creditar o mérito de iniciar estudos e estimular pesquisas em grupos de alunos graduandos ou pós-graduandos, no cumprimento de um papel que se autoatribuiu ao seguir a carreira de professor — o de formar novas gerações de pesquisadores sem criar escolas.”

Segundo José Carlos Stollmeir, que defendeu tese de doutoramento na Itália sobre a obra dele, José Marques de Melo “é pioneiro nos estudos do fenômeno da comunicação, assim como referência para a implantação dos cursos brasileiros de comunicação, em função de seu interesse pela pedagogia do ensino da área.”

As obras de José Marques têm um viés didático, sempre apresentando conceitos, ideias, fatos, contextualizando-os, inclusive, geograficamente. Em seus trabalhos percebe-se a preocupação dele em transformar seus livros em objetos úteis, tanto para professores como para estudantes de comunicação, complementando dados, contrapondo argumentos com o objetivo de sedimentar o aprendizado. Para os Estudos Jornalísticos e para as Ciências da Comu-

nicação, como identificou o pesquisador português Jorge Pedro Souza, José Marques defende a análise interpretativa e explicativa, contextualizadas, “sobre dados reais e documentais, obtidos no campo e tratados quantitativa e qualitativamente.”

Dentre suas obras, gostaria de destacar algumas contribuições que estão relacionados ao recorte que estamos apresentando. Em 2003, ele lançou *História do Pensamento Comunicacional*<sup>6</sup>, no qual ele traça um panorama do desenvolvimento da comunicação da antiguidade aos dias atuais com ênfase na América Latina e no Brasil. Sua principal motivação “foi fortalecer a autoestima daquela corrente que não se sente inferiorizada pelas tradições intelectuais forâneas, irrigando e cultivando as raízes mestiças que sustentam nosso pensamento comunicacional.”

Em *A Esfinge Midiática* (Paulus, 2004), José Marques crítica a inércia e as indecisões que marcam a discussão das questões do pensamento intelectual brasileiro. Neste livro, ele ainda denuncia que “nossas pesquisas empíricas são escassas e insuficientes,

---

<sup>6</sup> MARQUES DE MELO, José. *História do Pensamento Comunicacional*. São Paulo: Paulus, 2003

e permanecerão importando teorias exógenas” se não mudarmos esta situação. E para tanto, aconselha: precisamos “observar, registrar e interpretar os fenômenos peculiares ao funcionamento das indústrias midiáticas em nossa sociedade para compreendê-los e regulá-los de acordo com o interesse público”.

Na sequência, em 2008, Marques de Melo lançou dois livros *História Política das Ciências da Comunicação* (Mauad, 2008) e *A Batalha da Comunicação* (Provocare, 2008) que serviram como contribuição “para balizar a ação dos que se iniciam no campo”. Sua intenção foi a de estimular o aparecimento de uma vanguarda consequente e coerente, capaz de pavimentar o terreno para os saltos que o Brasil precisa empreender. São obras de um observador participante, um autor/pesquisador que esteve no epicentro de alguns acontecimentos, testemunhando fatos, interagindo com personagens e influenciando por meio de intervenções expressas em congressos e nos artigos que publicou em periódicos nacionais e internacionais.

Em 2009, ele lançou *Jornalismo, Forma e Conteúdo*, que, segundo Chaparro, “[...] é uma sinopse da vasta contribuição de ideias dadas por ele aos estudos de jornalismo. É na essência, um livro de ideias.” Vale salientar que as ideias de José Marques de Melo sobre a formação dos jornalistas estão contidas nos seguintes livros: *Jornalismo Brasileiro* (Sulina, 2003), *Teoria do Jornalismo* (Paulus, 2006), *Vestígios da Travessia: da imprensa à internet* (Paulus, 2009), *Jornalismo Forma e Conteúdo* (Difusão, 2009) e *Jornalismo, conhecimento e reinvenção* (Saraiva, 2009).

No livro *Jornalismo Brasileiro* (2003) é apresentado o perfil do jornalismo praticado no Brasil. A obra enfoca as origens do jornalismo no Brasil e estabelece a relação das tendências internacionais da produção noticiosa com a produção que é feita na imprensa brasileira. José Marques analisa comparativamente os processos jornalísticos no tempo e no espaço para caracterizar a identidade assumida pela informação de atualidade no Brasil contemporâneo.

No livro *Teoria do Jornalismo* (Paulus, 2006) ele “[...] sistematiza evidências sobre a riqueza do pensamento jornalístico brasileiro, com o objetivo de

aproximar futuros profissionais da realidade nacional, de modo a suscitar sua compreensão e atualização.”

Marques de Melo sempre condenou a atitude de deslumbramento dos nossos pesquisadores em relação às teorias e metodologias estrangeiras que, no fundo, alimentam o nosso “complexo de colonizado” ou “complexo de vira-lata”, que ele traduzia “como comportamento insólito de amnésia histórica”. E exatamente por isso trabalhou muito na nossa autonomia teórica, fomentando a crítica metodológica, tendo em vista que “grande parte da tradição comunicacional latino-americana provém de adaptações metodológicas que fizemos de modelos importados e de soluções engenhadas que assimilamos das culturas populares.”

Apesar de o Brasil já possuir uma forte produção acadêmica, em termos de quantidade e qualidade de livros e artigos publicados, aqui e no estrangeiro, José Marques de Melo sempre fez críticas no sentido de orientar nossas produções, porque, para ele, “falta uma pesquisa genuinamente brasileira, que trate de temas de cultura e tradição do país e não fique

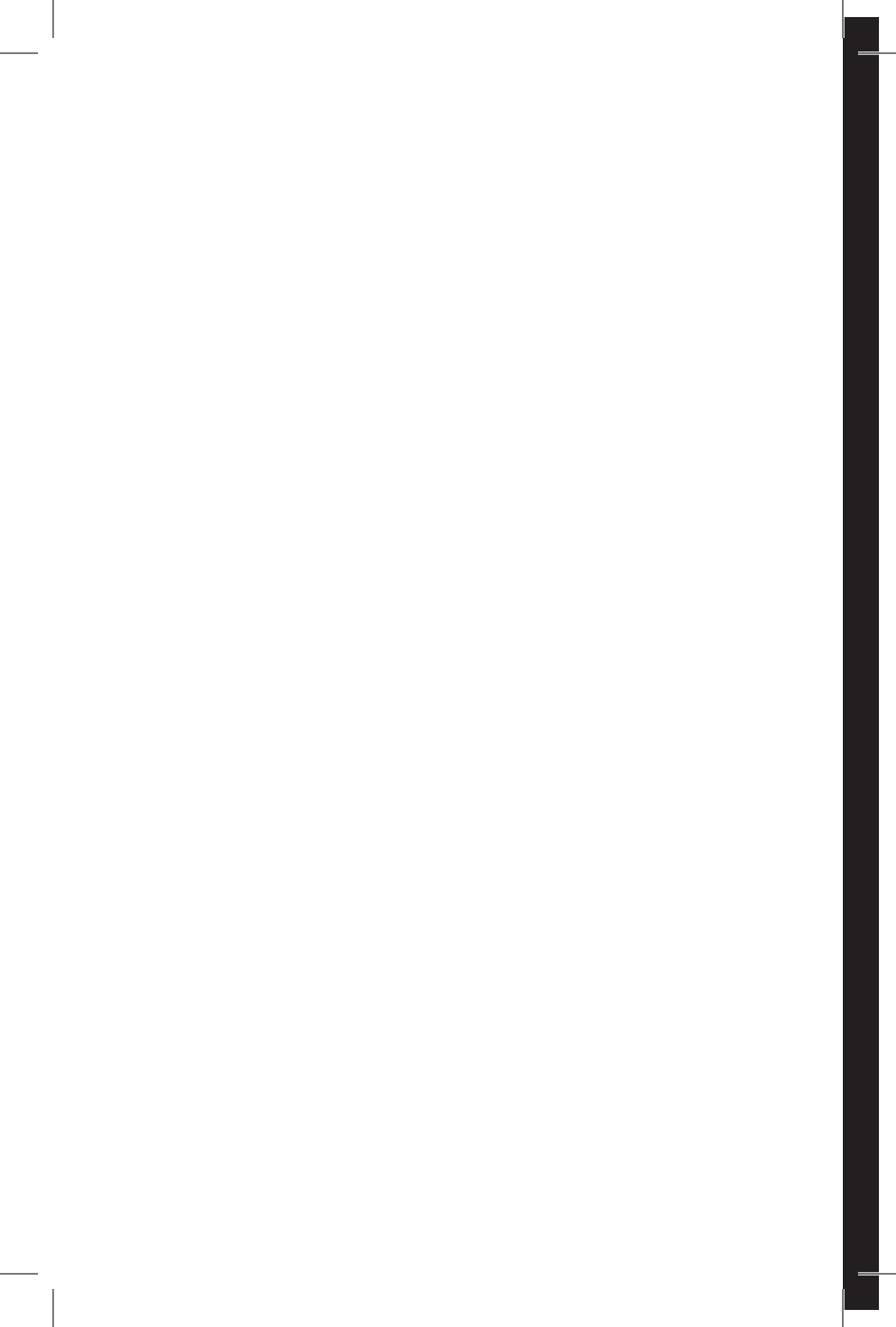
apenas quantificando quantas pessoas lêem jornais e livros. Se houvesse uma pesquisa original, autenticamente nacional e com características brasileiras, ela repercutiria mais.”

Segundo ele, precisamos valorizar a nossa autoestima, tendo em vista que costumamos “desdenhar tudo aquilo que é nativo, peculiar, rústico, ao mesmo tempo em que recusamos as demandas populares. No processo de valorização do que é nosso, José Marques se dedicou a sistematizar, ordenar e periodizar cronologicamente o pensamento jornalístico brasileiro.

Concluindo, devemos salientar que como primeiro pesquisador a identificar a existência do que ele chamou de Escola Latino Americana de Comunicação, José Marques de Melo construiu um modelo latino-americano para estudar e interpretar os processos de comunicação, sempre defendendo a “não dependência teórico-metodológica” e o derrubamento de “os complexos de inferioridade” ainda existentes. Em síntese, José Marques de Melo propôs, “para a reflexão e o debate da comunidade latino-americana de Ciências da Comunicação, três

linhas de ação concretas: 1) O trabalho sobre a natureza do processo da comunicação; 2) A autonomia teórica e o fomento da crítica metodológica e, 3) O resgate do conhecimento empírico em sua tripla dimensão: autóctone, mestiço e popular.”

Tudo o que foi dito é apenas uma pequena parte das contribuições de José Marques de Melo aos estudos da comunicação. Outros aspectos surgirão a partir do momento em que se intensifiquem os estudos sobre sua obra, um legado que ainda vai gerar muitas outras obras a partir do pensamento e das ideias que ele plantou.





# *O complexo de colonizado na área da comunicação*

*(O que fazer para mudar a  
situação?)*

---

Texto preparado e apresentado durante o IV Encontro Internacional do Colégio dos Brazilianistas da Comunicação, durante o pré-congresso da Intercom 2017, dia 4/9/2017 no Painel Brasileirismo Comunicacional.

Este trabalho, inconclusivo, tem dois objetivos. O primeiro, apresentar a identificação do problema e o que já foi feito no sentido de fortalecer a autoestima da comunidade acadêmica para se livrar do complexo do colonizado. O segundo objetivo visa sugerir ações e atitudes em resposta à questão que foi proposta para este painel: o que fazer para mudar a situação?

A expressão popular “complexo de vira lata”, um sentimento de inferioridade em relação a tudo que é estrangeiro e principalmente das ideias que vem de fora, foi cunhada pelo jornalista e teatrólogo brasileiro Nelson Rodrigues em crônica assinada às vésperas da Copa do Mundo de 1958, quando a seleção brasileira embarcava desacreditada para a Suécia (AMARAL, 2011).

Esse sentimento rapidamente se espalhou e passou a ser aplicado a todas as áreas inclusive no âmbito das ciências da comunicação. Há anos José Marques de Melo (2013, p. 42) vem chamando a atenção que, apesar dos avanços e da maturidade alcançada, a comunidade acadêmica continua a se comportar “como satélite do pensamento anglofo-

no ou francófono, muitas vezes reciclado nos entrepostos latinos que ainda nos causam fascinação”. O campo da comunicação no Brasil se desenvolveu a partir de meados do século XX, mas continua “lutando pela inclusão no universo científico e pela legitimação no âmbito da sociedade” (MARQUES DE MELO, 2013, p. 36).

Historicamente, as bases do campo da comunicação começaram a ser construídas mesmo na década de 1960. O esforço para o fortalecimento do espaço comunicacional tem o seu marco inicial no ano de 1963, em Recife, com a criação do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), reconhecido como o nosso primeiro centro de pesquisa universitária. A este marco seguem-se outros enumerados por José Marques de Melo como fundamentais para o campo da comunicação no Brasil, tais como: a fundação da Faculdade de Comunicação de Massa da Universidade de Brasília (FACUNB), em 1964, pioneira em congregar várias áreas da comunicação e a estimular pesquisas e a pós-graduação; a fundação da Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo (ECA/USP), em 1967; a realização, em

1971, do I Congresso Brasileiro de Comunicação, promovido pela ABI, que contribuiu para o início da integração do campo; a criação, em 1972, da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Comunicação (ABEPEC), a primeira sociedade acadêmica de comunicação do país; a fundação, em 1977, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) que assumiu, ao longo dos últimos 40 anos, o papel de fortalecer, integrar, organizar a comunidade acadêmica nacional e a inseri-la no contexto internacional, participando ativamente, a partir de 1989, da Associação Latinoamericana de Investigadores em Comunicação (ALAIIC), além de participar e promover de congressos nacionais e Internacionais. A saga pelo fortalecimento e projeção internacional do campo da comunicação brasileira e latino-americana segue na década de 1990 e no início do terceiro milênio com a criação de novas entidades polidisciplinares no país<sup>7</sup>, além da

---

<sup>7</sup> A partir da década de 1990, entre outras, foram criadas as seguintes entidades comunicacionais no Brasil: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (1990); Rede Brasileira de Pesquisa em Folkcomuni-

criação, em 2010, da Confederação Ibero-americana de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (MARQUES DE MELO, 2013, p. 36-44).

Apesar de todas essas conquistas, para Marques de Melo, a nossa vanguarda acadêmica ainda padece do “complexo do colonizado” e comporta-se

[...] mimeticamente, reproduzindo, de forma acrítica, modelos teóricos forâneos, carentes de sintonia com o ethos brasileiro. Por isso mesmo, entre as metas constituintes de uma federação [a SOCICOM] representativa do campo comunicacional estava implícita a de superar a dependência paradigmática que nos atrela historicamente ao pensamento metropolitano (MARQUES DE MELO, 2013, p. 41).

Ao identificar e descrever as evidências históricas do campo comunicacional brasileiro, José Marques de Melo nos permite vislumbrar a existência de um modelo comunicacional próprio, mestiço,

---

ção (1998); Rede Alfredo de Carvalho para o resgate da memória da imprensa (2001); União Latina de Economia Política da Informação e da Comunicação (2002); Associação Nacional de Comunicação Política (2007); Associação Brasileira de Cibercultura (2007); Federação Nacional das Sociedades Científicas e Associações Acadêmicas de Comunicação (2008).

que precisa ser valorizado. Ele reconhece que várias ações ainda precisam ser concretizadas para fortalecer o pensamento comunicacional brasileiro e por isso prega maior união entre as sociedades científicas brasileiras que agrupam pesquisadores e professores de comunicação com o objetivo de propor e obter financiamentos para projetos holísticos afinados com as demandas da sociedade. Ele reconhece também que é verdade que

Não constituímos um corpo cognitivo homogêneo. Por isso cabe às nossas lideranças estabelecer pontes que comuniquem o saber acumulado em cada disciplina — Jornalismo, Cinema, Publicidade, Relações Públicas, Semiótica, Cibercultura, Midiologia, Comunicologia etc. — sem deixar de nutrir-se de conteúdos gerados pelas humanidades e engendrar ações estribadas nas tecnologias de ponta (MARQUES DE MELO, 2012).

Ao longo de sua trajetória José Marques de Melo tem pontuado, em congressos, em seus livros, artigos e entrevistas, a necessidade de se promover o pensamento comunicacional dos autores brasileiros e as experiências nativas bem-sucedidas, com o objetivo de diminuir a influência dos teóricos es-

trangeiros no ensino da comunicação em nossas universidades. Marques de Melo afirma que a predominância dos pensadores estrangeiros nos currículos das faculdades de comunicação no Brasil se deve ainda ao “complexo de colonizado”.

No ano de 2003, Marques de Melo lançou o livro *História do Pensamento Comunicacional*, um inventário dos cenários e personagens atuantes nas três últimas décadas do século XX que contribuíram para a consolidação dos estudos em comunicação no Brasil. Além de mapear a comunicação como campo de conhecimento, o livro teve como objetivos, dentre outros, combater a síndrome do complexo de colonizado, fortalecer a autoestima daqueles que não se sentem inferiorizados pelas “tradições intelectuais forâneas” e evidenciar as nossas raízes mestiças, pois as vanguardas universitárias só vão perder o complexo de vira lata com o fortalecimento do pensamento comunicacional brasileiro (MARQUES DE MELO, 2003).

Durante o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-americano (Confibercom) 2011, José Marques de Melo, na condição de presidente da

## SOCICOM e da COMFIBERCOM na época, pontuou que os nossos

[...] pesquisadores se comportam como se fossem ingleses ou americanos e não verificam que a comunicação não é algo que possa ser transplantado de uma realidade para outra. Precisamos produzir conhecimento consistente com as necessidades da nossa população. Ao mesmo tempo, não podemos criar um gueto sem considerar o que ocorre na comunidade acadêmica mundial.

[...] Nem todos os pesquisadores possuem interfaces internacionais. Se nos comportarmos conforme o modelo anglo-americano, vamos acabar com nossas identidades culturais. Ao mesmo tempo, a comunidade acadêmica precisa procurar sua identidade cultural sem perder de vista a universalidade.

[...] Não podemos desprezar a cultura nacional e regional e sucumbir ao internacionalismo anglófono (MIGUEL, 2011).

Vale salientar que as influências das teorias e práticas comunicacionais estrangeiras estão presentes também nas corporações midiáticas e nos produtos jornalísticos brasileiros como registrado por Carlos Eduardo Lins da Silva (1991), em sua análise



sobre a influência dos conceitos e os valores do jornalismo norte americano sobre o jornalismo brasileiro. Apesar de concreta, a influência não é absoluta porque o jornalismo brasileiro cria um produto semelhante ao americano, mas tem procurado um modelo que tenha identidade própria.

Identificado e descrito o problema que permanece como obstáculo a ser vencido, listamos, a seguir, possíveis ações para fortalecer o pensamento comunicacional brasileiro e minorar os efeitos do complexo de vira lata.

## O QUE FAZER

Esta seção lista sugestões de ações e atitudes que podem ser adotadas e continuadas visando ao fortalecimento do pensamento comunicacional brasileiro frente às influências forâneas. Trata-se de sugestões isoladas, compiladas de autores que trataram do tema, a exemplo de José Marques de Melo, e outras a partir de reflexões deste autor. Assim sendo, o que podemos fazer para mudar a situação?

- A legitimação da comunicação como gran-

de área do conhecimento exige a união das lideranças acadêmicas e das entidades comunicacionais. Com o estabelecimento da SOCICOM e CONFIBERCOM os primeiros passos já foram dados para o fortalecimento das associações científicas da comunicação. É necessário, agora, construir estratégias específicas e continuadas para eliminar os descompassos metodológicos, as lacunas teóricas e, principalmente, a fragmentação da área.

- A promoção e visibilidade da produção acadêmica do país como um todo, de todas as suas regiões, torna-se imperativo para eliminarmos diferenças e o complexo de inferioridade que existe tanto em relação ao estrangeiro como dentro do próprio país em relação ao Sul e Sudeste. Não podemos ficar limitados aos congressos e reuniões anuais das entidades comunicacionais. É necessário romper vícios, eliminar guetos regionais ou de pensamento para que a produção nacional ganhe maior visibilidade

e fortaleça a autoestima dos pesquisadores, independente da instituição de ensino e da região do país onde ele desempenha suas funções.

- Estimular o debate estratégico e permanente para formulação de políticas públicas para a pesquisa em comunicação. Políticas que contemplem também o fortalecimento das editoras universitárias para que multipliquem o conhecimento produzido nas mais diversas regiões do país, contribuindo para que a cultura, nacional e regional, seja preservada e não desapareça frente ao internacionalismo.
- Para romper a nossa dependência histórica nas matrizes do conhecimento hegemônico, precisamos fortalecer a nossa identidade cultural sem perder o sentimento universal, produzindo conhecimento consistente e de acordo com as necessidades regionais. Para tanto, precisamos buscar o pluralismo teórico e a diversidade metodológica. Não podemos nos esquecer, como diz José Mar-

ques de Melo (2003), que o conhecimento brasileiro se caracteriza pela diversidade temática, pela pluralidade e pela capacidade de inovação. Ao fortalecer as culturas regionais poderemos marcar presença na comunidade internacional

- O fortalecimento de uma identidade própria no campo da comunicação passa pela ampliação dos espaços de interlocução, pela capacidade de mobilização dos pesquisadores regionais, pelo estímulo à produção acadêmica em “torno de objetos de pesquisa ou de áreas de interesse cognitivo” (MARQUES DE MELO, 2003) e pelo desafio de produzir com qualidade, tendo em vista que, em termos quantitativos, a comunidade acadêmica nacional já ocupa posição de destaque no cenário mundial. Registre-se que isto já é realidade já há alguns anos, graças, entre outros, ao papel da INTERCOM na legitimação do campo comunicacional com a realização, ao longo de sua existência, de 40 congressos anuais.

- A comunidade acadêmica deve manter-se sintonizada com as tendências, buscando interfaces internacionais, fazendo avaliação crítica permanente dos nossos avanços e retrocessos, além de produzir conhecimento consistente e sintonizado com as demandas sociais.

Enfim, é necessário um maior intercâmbio entre as instituições e entre os pesquisadores e que estes se livrem dos modismos internacionais e das hegemonias conjunturais, buscando novos modelos, evitando dogmatismo e maniqueísmo, pois, como afirma José Marques de Melo (2013) “temos o dever de superar o mimetismo que até agora nos atrela à periferia do capitalismo cognitivo”.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Roberto. *O complexo de vira lata, ontem e hoje*. Disponível em : <https://www.cartacapital.com.br/politica/o-complexo-de-vira-latas-ontem-e-hoje> . Acesso em 19-07-2017.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *O adiantado da hora*. São Paulo: Summus Editorial, 1991.

MARQUES DE MELO, José. *História do Pensamento Comunicacional*. São Paulo: Paulus, 2003.

MARQUES DE MELO, José. Reboquismo acadêmico. Portal revista *Imprensa*, edição jan./fev., 2012. Disponível em: [http://portalimprensa.com.br/revista\\_imprensa/jose+marques+de+melo/46564/opiniao+padecendo+do+complexo+do+colonizado+nossa+vanguarda+intelectual+reproduziu+modelos+teoricos](http://portalimprensa.com.br/revista_imprensa/jose+marques+de+melo/46564/opiniao+padecendo+do+complexo+do+colonizado+nossa+vanguarda+intelectual+reproduziu+modelos+teoricos) Acesso em 4/7/2017

MARQUES DE MELO, José. Ciências da Comunicação: Saga Brasileira (1963-2013). In *ALAIC – Revista Latinoamericana de Ciências de La Comunicación*. Vol. 10, nº 18 (10), 2013. Disponível em: [www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/386/215](http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/386/215) Acesso em julho de 2017.

MIGUEL, Sylvia. A mídia diante da diversidade. In Mauro Bandejas blogspot, 2011. Disponível em: <http://maurobandejas.blogspot.com.br/2011/08/midia-diante-da-diversidade.html> Acesso em 4/7/2017.

# *Cátedra Unesco*

## *15 anos de realizações*

*(Impressões de um observador participante)*

---

Texto apresentado durante o UNESCOCOM Brasil, 2011 — Simpósio Nacional da Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação, sob o tema central: “Comunicação, Cidadania e Resistência Cultural”, realizado na sede da Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo, São Paulo, no dia 16 de novembro de 2011.

Há 15 anos, nenhuma das pessoas aqui presentes, poderia imaginar que, em tão pouco tempo, a Cátedra UNESCO/Metodista de Comunicação atingiria suas metas e seria reconhecida como instituição de excelência e passaria a ser uma referência de modelo a ser seguida por suas congêneres devido ao perfil acadêmico-científico adotado. Talvez eu esteja sendo ingênuo ao fazer tal generalização, pois, conhecendo a determinação do professor doutor José Marques de Melo, é bem possível que desde os primeiros contatos mantidos com os diretores da UNESCO, ele provavelmente já havia vislumbrado todas as alternativas, perspectivas e tendências de trabalhos a serem desempenhados. E deve ter sido com sua visão estratégica nata que ele assumiu, com toda a garra que lhe é peculiar, a coordenação dos trabalhos de implantação da Cátedra, juntamente com a diretoria da Metodista e a ajuda do Comitê Acadêmico escolhido a dedo.

Assim sendo, permitam-me a correção: há 15 anos, pelo menos uma pessoa, dentre todas as que aqui estão, um homem visionário e realizador, o professor José Marques de Melo, podia prever, mesmo



sem ter faculdades divinatórias, o sucesso que a Cátedra poderia e viria a ter, mas também devia estar consciente de que muito trabalho teria que ser realizado. E, acredito, desde o primeiro momento à frente da direção da Cátedra, ele soube imprimir o próprio estilo: determinação, criatividade, poder de convencimento e capacidade de mobilização.

O sucesso estratégico da Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação em tão pouco tempo deve ser creditado ao trabalho coletivo de todos os que se envolveram e acreditaram nos projetos e o executaram sob a liderança de José Marques de Melo, Titular da Cátedra. Muitas batalhas foram travadas e muitos obstáculos foram vencidos e, agora, debutante, a Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação pode exibir com orgulho os troféus conseguidos ao longo dos últimos 15 anos. Parabéns a todos os que se envolveram e/ou ainda estão envolvidos neste belo trabalho de promoção do desenvolvimento regional por meio das ferramentas da comunicação.

Após esta introdução, bem ao estilo do tradicional “nariz de cera” do jornalismo praticado antes da chegada do *lead* às redações dos jornais brasileiros, o

objetivo de meu depoimento como observador participante será o de tentar, *en passant*, sistematizar algumas das vitórias obtidas (leia-se, realizações) pela Cátedra, sob o meu ponto de vista.

Este depoimento está dividido em três partes. Devido ao hábito, no primeiro momento, começarei descrevendo um pouco da história da Cátedra, mesmo correndo o risco de estar tentando ensinar o "Pai Nosso a vigário", pois todos aqui a conhecem, melhor do que eu. No segundo momento, abordarei a capacidade de mobilização acadêmica o titular da Cátedra. Na terceira parte, tentarei listar algumas das mais preciosas conquistas obtidas pela equipe da Cátedra, que são as publicações e acervo documental, por meio dos quais se efetiva o compartilhamento do conhecimento.

## BREVE HISTÓRICO

Apesar de estarmos comemorando, em 2011, os 15 anos de instalação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, o processo de gestação foi iniciado dois anos antes de 1996, ou seja, tudo começou em outubro de 1994, quando o

professor José Marques de Melo foi consultado pelo dr. Alejandro Alfonso, do Conselho Regional de Comunicação da Unesco para a América Latina, sobre a possibilidade do então Instituto Metodista de Ensino Superior (IMS) sediar uma das quatro cátedras de comunicação para a América Latina, sob sua coordenação. Na época duas delas já estavam em funcionamento na Colômbia e no Uruguai, e a UNESCO pretendia criar mais duas: uma, no Brasil; e outra, no México. O primeiro contato neste sentido foi feito, portanto, na cidade de Quito, no Equador, onde José Marques se encontrava participando de uma reunião de especialistas em comunicação.

Os argumentos utilizados para a proposta de criação da Cátedra no Brasil, sediada pela Metodista e dirigida por José Marques de Melo eram fortes e estavam baseados na experiência de ambos: o complexo universitário que a Igreja Metodista mantinha na região metropolitana de São Paulo e que já apresentava, àquela época, uma excelente atuação no campo da Comunicação Social, oferecendo cursos que vinham se destacando na América Latina pela qualidade e sempre fundamentados no tripé de en-

sino, pesquisa e extensão; e o reconhecimento acadêmico internacional do professor José Marques de Melo que, entre os inúmeros títulos, exibia também o de Catedrático Unesco de Comunicação obtido na Universidade Autônoma de Barcelona, em 1992.

A partir da aceitação da proposta por parte do diretor geral da Metodista, dr. Ronaldo Sathler Rosa, e do diretor da Faculdade de Comunicação, professor Miguel de Abreu Rocha, os entendimentos foram iniciados enfrentando a burocracia natural em projetos desse porte. No ano de 1995, mais precisamente no mês de abril, representantes da UNESCO visitaram o campus da futura Universidade Metodista de São Paulo, verificando *in loco* a qualidade da infraestrutura se era adequada à instalação da Cátedra.

Dois meses depois, em junho de 1995, a Metodista promoveu, em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e com a Secretaria de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo, um Seminário Internacional sobre Comunicação e Identidades Culturais na América Latina. Estrategicamente, o seminário serviu para comemorar, conjuntamente, os 50 anos de criação da

## UNESCO e os 25 anos de fundação do IMS. Segundo depoimento do professor José Marques de Melo, a realização desse Seminário

[...] foi a oportunidade encontrada para reunir em nosso campus uma equipe de representantes da Unesco, dialogando com os mesmos sobre os rumos e as diretrizes da futura cátedra de comunicação. Aqui estiveram, além do dr. Alejandro Alfonso, conselheiro regional de comunicação para a América Latina, representando o dr. Alain Modoux, diretor da Divisão de Comunicações (Paris), o dr. Marco Antonio Rodrigues Dias, diretor da Divisão de Educação Superior (Paris), bem como a dra. Thérèse Paquet-Sevigny, diretora da Rede Mundial de Cátedras Unesco de Comunicação (Orbicom, Montreal) e o dr. Miguel Angel Enríquez, diretor da Representação da Unesco no Brasil (Brasília). Tiveram ainda a gentileza de acompanhar essa missão exploratória, os professores Gabriel Jaime Perez (Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colômbia) e Carmen Rico de Sotelo (Universidade Católica del Uruguay), responsáveis pelas primeiras cátedras latino-americanas de comunicação, respectivamente instaladas em Bogotá e Montevidéu. Também nos honrou com a sua presença e avaliação o dr. Manuel Pares i Maicas, fundador e coordenador da primeira Cátedra Unesco de Comunicação, implantada em Barcelona, Espanha, desde 1990.

O processo de instalação da Cátedra dependia ainda da aprovação da mesma por parte do governo brasileiro. Vencidas as burocracias diplomáticas, em 18 de janeiro de 1996, o Itamaraty comunicou oficialmente ao diretor geral da Unesco a decisão positiva. E assim, no dia 13 de fevereiro de 1996, a UNESCO deliberou que a Metodista sediaria a cátedra brasileira de Comunicação. No mesmo dia, foram tomadas as decisões para o planejamento da instalação da Cátedra. Reuniões de caráter técnico foram agendadas, professores pesquisadores de renome nacional foram indicados e convidados para compor o Comitê Acadêmico.<sup>8</sup> Políticas institucionais foram adotadas

---

<sup>8</sup> O primeiro Comitê Acadêmico da Cátedra, sob a coordenação do Diretor Titular, professor doutor José Marques de Melo, foi inicialmente composto por Cicilia K. Peruzzo (professora da Universidade Federal do Espírito Santo), Fabíola de Oliveira (jornalista do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), José Antonio Maia (diretor de Relações Públicas da General Motors do Brasil), Marco Antonio Batan (publicitário e diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Católica de Santos) e Sérgio Caparelli (professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Também foram indicados dois diretores-adjuntos para a Cátedra: os professores Isaac Epstein e Sandra Reimão.

e reformas foram promovidas na infraestrutura para instalar a sede da Cátedra UNESCO de Comunicação Regional na Metodista.

Todos os trabalhos de instalação foram coordenados por uma missão da UNESCO, composta pelo dr. Alejandro Alfonso e pela profa. Carmen Rico Sotelo. As reuniões técnicas com todos os membros do Comitê Acadêmico, diretores adjuntos e diretoria do IMS foram realizadas na primeira semana de março de 1996. No dia 21 de maio de 1996 foi realizada a sessão solene de instalação da cátedra, quando foram tornados públicos seus objetivos e diretrizes acadêmicas.

A Cátedra iniciou suas atividades com o objetivo principal de proporcionar e fortalecer o ensino, a pesquisa e a extensão no que diz respeito às Ciências da Comunicação, além de fomentar o uso dos meios de comunicação em programas de desenvolvimento regional e promover o intercâmbio científico entre instituições brasileiras e suas congêneres estrangeiras.

Para cumprir seus propósitos, a UMESP se responsabilizou por oferecer à Cátedra todas as condições necessárias ao seu pleno funcionamento nas

áreas acadêmica e administrativa. Graças a este esforço e à visão estratégica de José Marques de Melo, ao longo dos últimos 15 anos, a Cátedra apresenta uma longa lista de serviços prestados à comunidade acadêmica. A pluralidade e diversidade dos serviços realizados e contribuições prestadas transformaram a Cátedra em um dos principais centros de pensamento e de estudos dos fenômenos sociais, culturais e comunicacionais do Brasil, estendendo sua influência aos países latino-americanos e aos de Língua Portuguesa.

A Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional foi criada — como está explícito em todos os documentos emitidos pela instituição, inclusive na carta-convite que recebi para este evento, assinada pelo professor Marques de Melo, que transcrevo a seguir — para funcionar como

[...] um núcleo permanente de estudos sobre políticas e estratégias de comunicação, fortalecendo as identidades culturais regionais/locais. Para tanto, busca resgatar o Pensamento Comunicacional Latino-Americano, gerador das principais contribuições teóricas ao fomento dos processos de Comu-



nicação para o Desenvolvimento. Ao longo de seus 15 anos de existência, desenvolvemos atividades regulares de ensino, pesquisa e extensão. Além disso, publicamos livros, anuários, revistas e periódicos digitais e mantemos um centro de documentação dedicada ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano.

Como se pode observar na definição dos objetivos explícitos acima, vamos agora identificar esses compromissos e atividades, para utilizá-los como evidências para o sucesso alcançado. Assim sendo, o segundo item a ser tratado com destaque neste depoimento é a mobilização acadêmica.

#### MOBILIZAÇÃO ACADÊMICA

Desde o primeiro instante, a Cátedra UNESCO de Comunicação, sob a responsabilidade da Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo, e o comando de José Marques de Melo, criada para fomentar o intercâmbio científico, elaborou um projeto nacional para desenvolver estudos comparativos, denominado de Rede Nacional de Pesquisa Comparativa (RNPC), que evoluiu passando a ter uma maior abrangência e nova deno-

minação: Rede Internacional de Mídia Comparada (RINCOM).<sup>9</sup>

Com isso, a abrangência de atuação da Cátedra extrapolou o território universitário paulista e atravessou as fronteiras brasileiras, passando também a desenvolver estudos/análises sobre o impacto da globalização nas culturas latino-americanas. Para tanto, precisou buscar parcerias junto a outras instituições universitárias, empresas públicas, privadas e do terceiro setor no intuito de cobrir os custos das ousadas empreitadas. Graças ao espírito empreendedor de seus dirigentes (leia-se José Marques de Melo) tudo, pelo menos aos meus olhos, que foi planejado foi concretizado com sucesso.

A articulação acadêmica internacional se fortaleceu com a criação da Rede MERCOSUL, em 1998, durante o II Encontro de Docentes e Investidores da Comunicação nos Países do Mercosul (ENDICOM), realizado em Assunção. Foi aí que a

---

<sup>9</sup> A criação de novas instituições e de redes de pesquisadores regionais, nacionais, latino-americanos ou mundiais sempre foi uma das características marcantes do espírito empreendedor de José Marques de Melo.

Cátedra UNESCO/Metodista de Comunicação consolidou o processo de articulação latino-americana. A Rede MERCOSUL foi criada para promover e estimular trabalhos conjuntos e intercâmbio entre docentes, discentes e instituições de ensino e pesquisa dedicados aos estudos da comunicação midiática.

No período de 1996-2000, que corresponde ao primeiro quinquênio de atuação da Cátedra, uma constatação que se evidencia é a capacidade de mobilização acadêmica de seu titular, por meio da formação de redes nacionais e internacionais, contribuindo inclusive para a inserção cultural do Brasil no cenário internacional da pesquisa em comunicação.

Nessa primeira fase de atividades, demonstrando que seus dirigentes tinham senso de oportunidade, a Cátedra promoveu, em São Bernardo do Campo, a Reunião Anual da Rede de Cátedras da UNESCO de Comunicação, quando a Cátedra do Brasil foi classificada, pelo Conselheiro da UNESCO para a América Latina, Dr. Alejandro Alfonso, como “*Cátedra Modelo*” devido aos projetos desenvolvidos e que serviam para lhe dar visibilidade internacional. Como diz o professor José Marques de Melo, o trabalho de co-

municação regional destinado ao desenvolvimento de certa forma fortalece a cultura regional, neutralizando “os impulsos homogeneizantes do processo de globalização econômica”. Com isso, os estudos de cunho regional, que foram realizados ou promovidos pela Cátedra, ganharam legitimidade internacional e ratificaram a diversidade cultural brasileira.

Vale lembrar que, quando foi instalada na UMESP, a Cátedra UNESCO elegeu um eixo temático em torno do qual todas as atividades de ensino, pesquisa e extensão seriam organizadas. Baseando-se nisso foram planejados a realização anual de dois Colóquios Internacionais (CELACOM — Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, e o REGIOCOM — Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional) e duas Conferências Nacionais (FOLKCOM – Conferência Brasileira de Folkcomunicação, e a COMSAÚDE — Conferência Brasileira de Comunicação para Saúde).

À medida que tais eventos iam se consolidando, outras atividades, baseadas em linhas de pesquisas, também foram incorporadas tais como: Conferên-

cia Brasileira de Comunicação e Marketing Político (POLITICOM); Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (ECLESIOCOM); Simpósio Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento (UNESCOM) e a Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, entre outros.

Na condição de observador, posso testemunhar, por ter participado tanto do CELACOM como do REGIOCOM<sup>10</sup>, que a Cátedra tem contribuído plenamente para a integração de pesquisadores, com-

---

<sup>10</sup> Apenas para ratificar meu envolvimento com a Cátedra, cito aqui duas oportunidades nas quais atuei em eventos organizados por José Marques de Melo, em épocas distintas: participei como docente do REGIOCOM 2002 — VI Colóquio Internacional de Comunicação Regional, promovido em parceria com a Universidade Estadual de Bauru, quando fui docente de um módulo intitulado “Brasil, Capital e Interior: demandas municipalistas na mídia impressa, no período de 8 a 12 de junho de 2002. Em 2010, participei do XIV CELACOM dedicado ao tema central “Televisão na América Latina: 60 anos de aculturação, mestiçagem, mundialização”, quando, no painel temático sobre “Inovação, Diversidade, Regionalismo”, apresentei o trabalho intitulado “A diversidade e o regionalismo na TV brasileira”. O XIV CELACOM foi realizado no Memorial da América Latina, em São Paulo.

partilhamento de resultados de pesquisas e dando visibilidade aos pesquisadores nacionais. E, ao publicar os resultados desses eventos, já tradicionais e aguardados no meio acadêmico, a Cátedra tem reforçado o campo comunicacional brasileiro e demonstrado o quanto ele é peculiar e singular.

Ainda como atividades exemplares, destacam-se também as duas conferências nacionais FOLKCOM e COMSAÚDE. A Conferência Brasileira de Folkcomunicação tem, entre seus objetivos, possibilitar a análise e a interação entre as culturas regionais e a cultura global, promovendo a reflexão e a pesquisa do folclore brasileiro. A Conferência Brasileira de Comunicação para a Saúde está destinada a promover a interlocução entre a comunicação e saúde, estimulando reflexões dos profissionais das duas áreas. Por meio desses eventos anuais, a Cátedra criou alternativas, ampliando suas ações relacionadas às estruturas culturais, sociais e comunicacionais de nossas regiões. A partir da realização desses eventos foi possível a criação de várias redes nacionais e internacionais idealizadas por José Marques de Melo: Celacom, Lusocom, Mercomsul, Regiocom,

Folkcom, Consaúde e a Rede Alfredo de Carvalho (Rede ALCAR), ente outras.

A Rede Alfredo de Carvalho foi criada por iniciativa da Cátedra, com os objetivos de retomar o trabalho iniciado pelo historiador pernambucano Alfredo de Carvalho; produzir a primeira pesquisa integrada sobre a imprensa brasileira; delinear o inventário documental de nossa imprensa; e, desenvolver ações públicas destinadas a comemorar os 200 anos de implantação da imprensa no Brasil.

A Rede ALCAR foi instalada em reunião presidida por José Marques de Melo, na sede da Associação Brasileira de Imprensa, no Rio de Janeiro, no dia 5 de abril de 2001 e deveria ser dissolvida em 2008 após as comemorações dos 200 anos de imprensa no Brasil. No entanto, o papel da Rede ALCAR<sup>11</sup> na preservação da memória da imprensa foi tão importante, que a Rede permanece atuando como núcleo de reflexão e pesquisa sobre a imprensa nacional, congregando

---

<sup>11</sup> O I Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho ocorreu na cidade do Rio de Janeiro, no período de 1º a 5 de junho de 2003. O Encontro teve como tema central dos debates a “Mídia Brasileira: dois séculos de História”.

docentes, discentes, pesquisadores e profissionais da imprensa.

No entendimento do professor José Marques de Melo, nos primeiros anos, um dos principais instrumentos — aglutinador e mobilizador — da Cátedra foi o *Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação (JBCC)*, que a partir de 1998, passou a divulgar todos fatos e todas as ideias que circulavam na comunidade acadêmica, o que servia de respaldo para as conexões nacionais e internacionais. Logo depois, procurando ampliar o acesso democrático ao conhecimento armazenado via internet, criou-se a revista eletrônica *Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA)* e outros meios de divulgação. A terceira parte deste depoimento vai tratar da difusão do conhecimento por meio das publicações da Cátedra.

## DIFUSÃO E PRESERVAÇÃO DO CONHECIMENTO

Além de dispor de mecanismos para credenciar pesquisadores e de promover inúmeros eventos, a Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação é também responsável pela disseminação da pluralidade e diversidade das análises, pesquisas e reflexões feitas



por pesquisadores brasileiros. Isto é feito pela difusão das ideias por meio de suas publicações impressas e eletrônicas.

O *Anuário UNESCO/Metodista* destaca-se como a mais importante das publicações da Cátedra, que o define como sendo “[...] um veículo destinado a disseminar a produção científica e a divulgar as atividades acadêmicas da Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Tem por objetivo suscitar debates, fortalecer e ampliar os estudos de Comunicação Regional, temática emergente no âmbito das disciplinas que integram as Ciências da Comunicação”.

Ao completar 10 anos de atuação, em 2006, a Cátedra publicou uma edição monográfica do *Anuário* dedicada ao pensamento de Luiz Beltrão, o pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil. A publicação reúne vários textos de autoria de Luiz Beltrão, contendo reflexões sobre Comunicação, Jornalismo e teorias sobre esses campos do saber. A publicação monográfica presta um tributo à memória de Luiz Beltrão, responsável pela criação do primeiro instituto universitário de pesquisa do Brasil, em 1963,

pela criação da primeira revista científica, em 1965, e como autor da primeira tese de doutorado em Comunicação no Brasil.

A Cátedra UNESCO/Methodista tem cumprido sua finalidade básica que é a de disseminar e referenciar os pesquisadores, produtores e divulgadores do conhecimento da comunicação por meio de suas inúmeras publicações, além de pensar os fenômenos de comunicação relacionados com a cultura latino-americana. Todos os trabalhos apresentados em eventos da instituição acabam gerando novas publicações periódicas em forma de livros, anais, e-books, anuários, jornais e revistas, além de muitos textos, incluindo biografias/perfis dos pesquisadores, ficarem disponibilizados no portal da Methodista. Não é meu objetivo enumerar e citar todas as publicações, mas registrar que os produtos aí estão como resultado das ações da Cátedra e o empenho pessoal de José Marques de Melo em promover e desenvolver o saber midiático de maneira participativa, gerando uma troca permanente de conhecimentos e experiências.

Além do *Anuário UNESCO/Methodista* de Comunicação Regional, a Cátedra possui outros produtos

comunicacionais de destaque, tais como a coleção dos *Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação* e, em formato digital, a *Enciclopédia do Pensamento Comunicacional na América Latina* (ENCIPECOM-AL), que é um produto híbrido, de fluxo contínuo, criado a partir da fusão do *Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação* (JBCC) com a *Revista Científica Digital Pensamento Comunicacional Latino-Americano* (PCLA). O objetivo da fusão foi ampliar a oferta em decorrência das demandas dos pesquisadores e ao mesmo tempo otimizar os recursos disponíveis.<sup>12</sup>

O ENCIPECOM e o BIOCUM/Brasil, dois projetos acadêmicos da Cátedra, têm o objetivo de disseminar o conhecimento sobre os trabalhos desenvolvidos pela Escola Latino-Americana de Comunicação. A Cátedra possui vários sites no Portal da Metodista que hospeda, além dos veículos digitais já citados, o Mídi@Fórum e o Portal Luiz Beltrão, disponibilizando ainda dissertações online e informações atualizadas sobre o que acontece no mundo da comunicação.

---

<sup>12</sup> Um novo e mais amplo *Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação* (JBCC) está sendo relançado hoje, dia 16 de novembro de 2011, durante este UNESCOM Brasil — 2011.

Ao completar 15 anos de profícua existência, a Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação Regional apresenta como uma de suas mais valiosas conquistas o Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano, que foi batizado pela UMESP com o nome de seu idealizador “José Marques de Melo”. O acervo é um repositório com aproximadamente 13 mil volumes, distribuídos entre livros, teses, monografias, memoriais, fotografias, fitas de vídeo, CDRoms e outros materiais oferecidos em diferentes suportes, analógico e digital, todos relacionados à temática comunicacional.

O acervo, bibliográfico e hemerográfico, vem sendo construído desde 1997 pela UMESP, que não tem medido esforços para tal, adquirindo ou recebendo doações. O Acervo “José Marques de Melo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano” tem recebido inúmeras doações de indivíduos e de instituições, nacionais e internacionais, o que lhe garante uma pluralidade e diversidade de conteúdo à disposição de alunos, professores e pesquisadores. Integram este repositório, perfis sobre pesquisadores e depoimentos pessoais, que servem para recons-

tituir a convivência acadêmica mantida por eles no cenário latino-americano.

Concluindo estas observações, posso afirmar que a Cátedra vem cumprindo, de maneira exemplar, o seu papel: de incentivar as culturas e de promover os desenvolvimentos regionais/locais; de estimular a reflexão sobre a produção intelectual comunicacional latino-americana; de promover o intercâmbio de pesquisadores nacionais e latino-americanos; de resgatar a obra e a história de vida dos pioneiros da comunicação na América Latina, a exemplo de ícones como: Luiz Beltrão, Luís Ramiro Beltrán, Jesus Martín-Barbero, José Marques de Melo, entre muitos outros; de preservar as contribuições e a história das primeiras instituições dedicadas aos estudos comunicacionais latino-americanas, tais como: CIESPAL — Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, em Quito, Equador; ICINFORM — Instituto de Ciências da Informação, Recife, Brasil; ININCO — Instituto de Pesquisa da Comunicação, Caracas, Venezuela).

Tudo isso é obtido, basicamente, a partir dos eventos locais/regionais, nacionais e internacionais

que são promovidos anualmente, pela manutenção de um banco de dados atualizado e a preservação da memória através do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino Americano.

Finalmente, posso afirmar que o sucesso alcançado pela Cátedra se deve ao papel de liderança exercido por José Marques de Melo e à somatória de todas as ações de qualidade promovidas, sob a forma de Colóquios, Conferências, Simpósios, Seminários, Cursos, publicações e outros, voltados para a produção do conhecimento científico, cultural e social engajados com as tendências de nosso tempo, como bem expressa o tema central do UNESCO Brasil, 2011: “Comunicação, Cidadania e Resistência Cultural”.

## REFERÊNCIAS

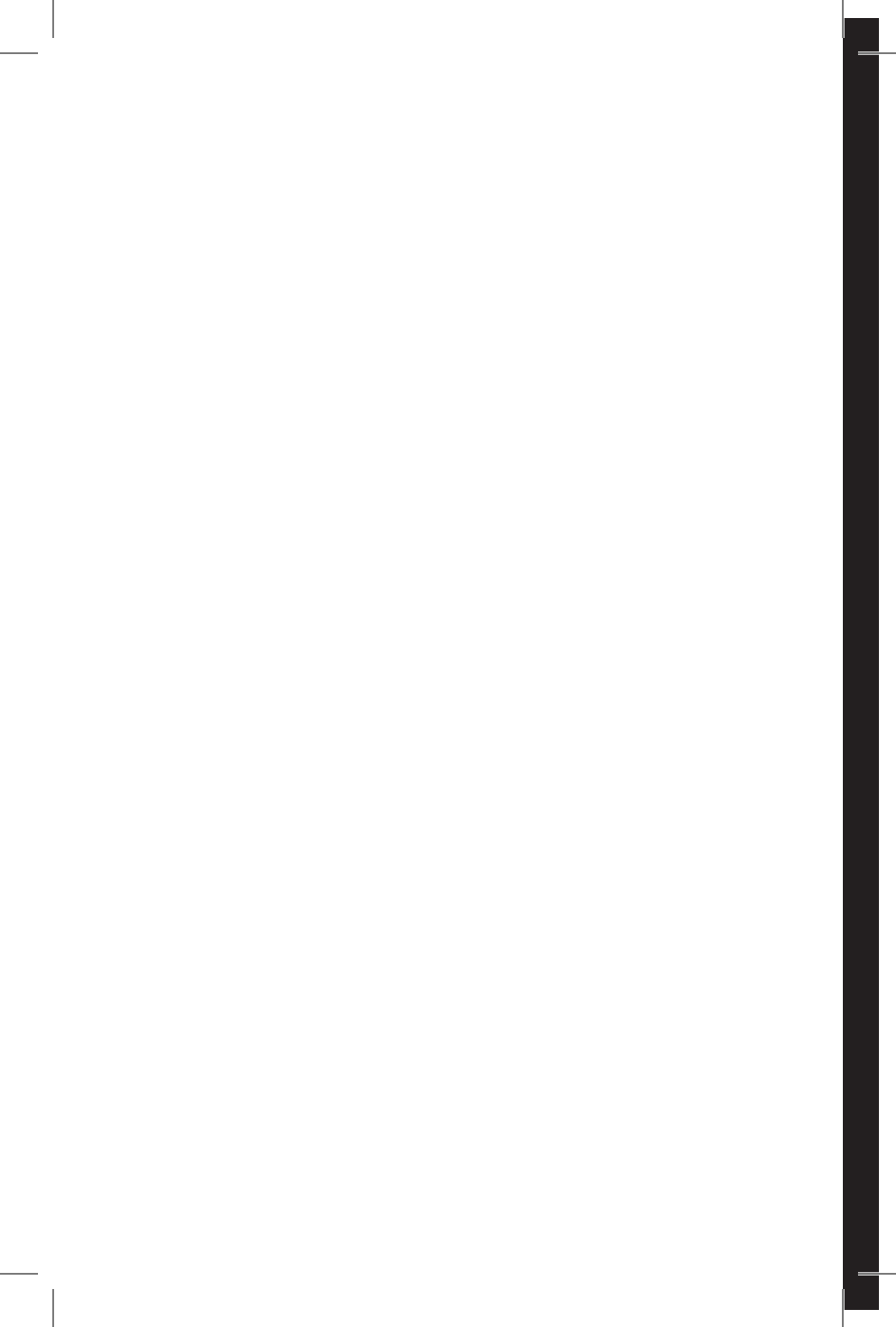
*Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*. Vols. 1 a 14. São Bernardo do Campo: UMESP, 1997 a 2010.

GOBBI, Maria Cristina. Perspectivas e Desafios. Ações da Cátedra Unesco/Metodista na era digital. *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, vol.12, ano 12, p. 191-213, São Bernardo do Campo, UMESP, 2008.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina. Ações da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação: Caminhos cruzadas com o marco estratégico da Unesco/Brasil (Área de Comunicação e Informação). *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, vol. 11, nº 11, p. 185-199, jan./dez. 2007.

REIMÃO, Sandra. Dez anos de Cátedra Unesco/Metodista em Comunicação. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 30, nº 1, jan./jun. p. 255-256. São Paulo, Intercom, 2007.

MATTOS, Sérgio. *O Guerreiro Midiático – biografia de José Marques de Melo*. São Paulo: Intercom; /Petrópolis: Vozes, 2010.





# *Reflexões que merecem desdobramentos*

---

Este texto foi publicado a título de prefácio no livro de José Marques de Melo: *Televisão Brasileira: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*, 2010. Uma publicação editada com apoio do Programa Globo Universidade, para subsidiar os debates do CELACOM 2010, XIV Colóquio Internacional da Escola Latino-Americana de Comunicação realizado no Memorial da América Latina. São Paulo, 17-19 de maio de 2010.

Neste livro, José Marques de Melo reconhece que cresceu na civilização da palavra impressa, sentindo-se como se fosse “peixe fora d’água” ao trabalhar com a temática da imagem e do movimento. Primeiro, diz ter convivido com o cinema, depois, presenciou o desenvolvimento da televisão, observando a maneira de “sua inserção cada vez mais intensiva, na vida cotidiana do planeta”, percebendo “como é difícil assimilar valores e rotinas que rompem com a linearidade”.

Seus estudos empíricos privilegiaram, e muito, o jornalismo impresso, mas com o tempo a televisão também se impôs na trajetória do pesquisador. Tinha sido ou não em função das circunstâncias, como sugere, o importante é que sua presença no setor foi fundamental para o desenvolvimento da pesquisa sobre a televisão, o nosso maior veículo de massa.

Ao realizar um balanço de sua própria produção acadêmica, ele afirma ter constatado que os estudos que fez na área televisiva foram eminentemente conjunturais, “denotando intervalos periódicos, descontinuidades temáticas e algumas vezes ajustes analíticos”. Entretanto, os textos reunidos

neste livro, *Televisão Brasileira — 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*, traduzem o quanto a participação de José Marques de Melo foi importante no sentido de se também construir uma bibliografia especializada sobre a televisão Brasileira. Lendo os textos aqui reunidos, pode-se, por exemplo, constatar que desde o primeiro momento ele esteve presente, envolvido, estimulando, organizando, participando, propondo e orientando estudos sobre a televisão brasileira. Este livro, apesar de não ter sido a intenção primeira do autor, de certa forma, é também um resgate da contribuição e envolvimento pessoal dele no desenvolvimento da produção acadêmica da área.

Seu interesse pelo fenômeno televisivo no Brasil data da década de 60 do século passado, quando realizou, em 1967, um estudo exploratório de recepção das telenovelas na cidade de São Paulo, quando professor e responsável pelo Centro de Pesquisas da Comunicação Social da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, constatando, baseado nos conceitos formulados por Morin (“concepção lúdica da vida”), Riesman (“multidão solitária”) e por Marcuse (“apatia

política”), que a telenovela tinha se transformado “numa espécie de ‘ópio do povo brasileiro’ numa conjuntura tipicamente repressiva (o período compreendido entre o golpe militar de 1964 e o golpe dentro do golpe de 1968”.

O fato de ter trabalhado no Instituto de Estudos Econômicos, em 1966, supervisionando pesquisas de veiculação de anúncios para a televisão, permitindo-lhe compreender as implicações persuasivas da televisão, foi de fundamental importância para o desenvolvimento do interesse de Marques por este veículo de massa. Ele também foi um dos primeiros professores a ensinar disciplinas de telejornalismo, na USP e na Cásper Líbero, além de ter sido também um dos responsáveis pela criação e implantação de um núcleo de estudos de telenovelas na USP. Se isso não bastasse, foi ainda na década de 1960 que Marques de Melo publicou seus primeiros livros abordando temáticas relacionadas com telejornal e telenovela, além de ter contribuído diretamente com a publicação de inúmeros outros livros, de autores variados, sobre televisão, quando dirigiu uma coleção de comunicação da Editora Vozes. Da década de

1960 para cá ele tem publicado livros e dezenas de artigos sobre vários aspectos da televisão.

Muito tem sido publicado sobre a participação de José Marques de Melo, no que diz respeito ao jornalismo, mas ele tem a mesma importância no que se refere especificamente à televisão. Aliás, no entender de Carlos Eduardo Lins da Silva, ele “não é apenas um dos mais importantes teóricos da comunicação da história do Brasil. Ele é a pessoa a quem esse campo de estudos mais deve no país”.

Particularmente, meu primeiro contato com José Marques de Melo foi por meio de seus livros, principalmente, *Estudos de Jornalismo Comparado*, obra de referência para a disciplina “Comunicação Comparada” que eu ministrava no curso de Jornalismo da UFBA, nas décadas de 70 e 80 do século passado. Quando fui realizar estudos de pós-graduação nos Estados Unidos, mantive uma correspondência regular com ele, trocando ideias e considerando suas observações sobre temas televisivos nos quais eu estava trabalhando para as teses de mestrado e doutorado na Universidade do Texas, em Austin. Além de subsidiar com informações e se colocar à disposi-

ção para ajudar, ele também não deixou de solicitar colaboração para o então *Cadernos Intercom*, embrião da hoje *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, que seria dedicado ao tema: “Televisão & Poder”. A solicitação foi atendida e remeti um ensaio sobre o impacto do golpe de 64 no desenvolvimento da televisão brasileira, baseado em minha dissertação de mestrado, defendida em 1980.

Como se pode notar, a televisão era e continua sendo um dos interesses constantes deste pesquisador incansável. Só conheci o José Marques de Melo pessoalmente no ano de 1982, quando, fui convidado, por ele, para participar do 5º Congresso da INTERCOM. Desde então, tenho acompanhado os passos desse pesquisador acadêmico e seu interesse pela televisão. Sob sua liderança tive a oportunidade de participar do projeto binacional entre dois países latino-americanos, intitulado “Estudo Comparativo dos Sistemas de Comunicação Social no Brasil e no México”, do qual participaram pesquisadores brasileiros e mexicanos. Como resultado de minha participação no projeto, meu texto se transformou no livro intitulado *Um Perfil da TV brasileira: 40 anos de*

*história (1950-1990)*, que foi também publicado em espanhol, no México.

Hoje, tenho alguns livros publicados, de minha autoria, sobre a televisão brasileira, mas o primeiro deles, publicado no Brasil sobre TV, foi estimulado por ele. É por isso que afirmo que se um levantamento for realizado hoje sobre o que existe publicado na área de televisão no país, encontraremos a presença ou a influência direta e indireta de José Marques de Melo. Muitos pesquisadores de renome da área foram seus orientandos ou trabalharam com ele em algum projeto. Isto para não falarmos da influência do GT de Televisão da INTERCOM, criado por ele nos anos 90, e que tive o prazer de ser coordenador por muitos anos por indicação dele.

Mas deixemos de lado o registro da presença marcante de Marques nos estudos sobre a televisão brasileira, para nos dedicarmos um pouco a este livro, oportuno e indispensável, pois o autor nos oferece, reunidos, em uma única obra, ensaios produzidos e publicados ao longo dos anos. Os textos, aqui transformados em 15 capítulos distribuídos em três blocos, tiveram dados estatísticos atualizados e/ou

sofreram ajustes factuais, mantendo-se a estrutura básica de argumentação original. De maneira didática, os ensaios sobre a televisão foram agrupados em três partes: “Momentos Decisivos”; “Caminhos Tortuosos”; e “Brechas Oníricas”, além de contar com um prólogo, “Itinerário Cognitivo”, e um epílogo, “Inventário Oportuno”.

O primeiro bloco, Momentos Decisivos, reúne seis capítulos. No primeiro, Um Lugar ao Sol, entre outras considerações, é apresentado como os governos militares se utilizaram da televisão para promover a integração nacional e estimular o ciclo modernizante do país. Aborda ainda como a televisão passou a absorver a maior fatia do bolo publicitário e a exportar seus programas. No segundo capítulo, Ícones Imortais, apresenta os dois maiores empreendedores da TV brasileira, “que ousaram criar condições para o avanço midiático e para a promoção de nossa identidade cultural”: Assis Chateaubriand e Roberto Marinho. Os textos originais foram ampliados e adaptados.

O terceiro capítulo, Catarse Coletiva, analisa a telenovela a partir dos anos 1960, focando no enre-



do, nos personagens e cenários, além de abordar o fenômeno do fascínio exercido pelas telenovelas sobre os telespectadores. No quarto capítulo, País de Contrastes, o autor reuniu textos que foram escritos nos anos 1970, na conjuntura do chamado “milagre econômico” e tem o objetivo de situar o leitor com a época.

Os dois últimos capítulos do primeiro bloco, intitulados Ásperos Tempos e Ascensão e Glória, apresentam textos atualizados sobre os traumas causados pelo golpe de 1964 e que foram pinçados de dois livros anteriores de José Marques de Melo: *Telemania, anestésico social* e *As Telenovelas da Globo - produção e exportação*.

A segunda parte do livro, intitulada Caminhos Tortuosos, é composta por quatro capítulos, cujos dados sofreram ajustes factuais. O fio condutor dos três primeiros capítulos deste bloco são os dados obtidos na pesquisa nacional realizada pela então ABEPEC — Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação —. Assim sendo, o sétimo capítulo do livro, A Segunda Colonização, com texto produzido nos anos 1980, acentua o caráter da tele-

visão brasileira como instrumento do neocolonialismo. O oitavo capítulo, *Trilhas Sinuosas*, apresenta texto compactado do original publicado em revistas da década de 1980 e analisa o tipo de programas exibidos, sendo a maioria deles gravados e enlatados. O nono capítulo, *As Malhas do Poder*, analisa o sistema político das concessões de canais televisivos da época e o coronelismo eletrônico instalado no país. O último texto do segundo bloco, o décimo capítulo do livro, *Globalização Continental*, é baseado em textos publicados em 1993, com ajustes factuais, a fim de oferecer uma ideia geral do processo globalizante e como a televisão se insere no contexto.

O terceiro bloco do livro, *Brechas Oníricas*, apresenta cinco capítulos, cujo elo são as telenovelas. No capítulo II, *Fábrica de Sonhos*, o autor situa o leitor no panorama das indústrias de ficção audiovisual, discutindo os produtos nacionais: telenovelas, casos especiais e as minisséries. O capítulo 12, *Folhetim Nacional-Popular*, apresenta razões pelas quais a telenovela conquistou popularidade no Brasil. No capítulo 13, *Melodrama Tipo Exportação*, faz uma análise do mercado internacional de programas

televisivos e explica como a TV Globo ganhou fatias desse mercado, começando pelos países de língua portuguesa, depois espanhola (na América Latina) e posteriormente invadindo outros países europeus e também os do bloco socialista, onde a telenovela “Escrava Isaura” se constitui no principal símbolo de sucesso das exportações da Rede Globo.

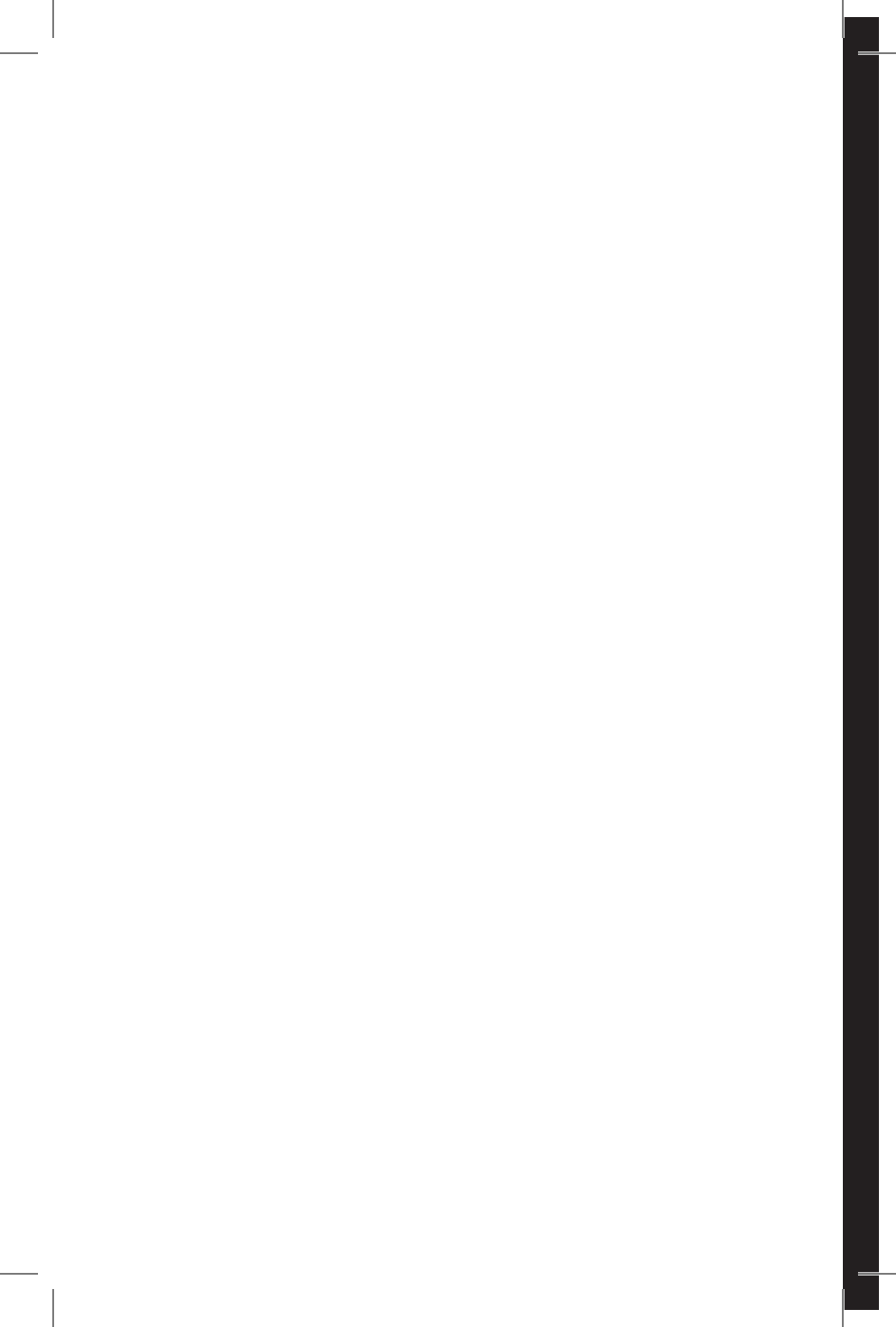
No 14º capítulo, A Gata Borralheira do Campus, o professor José Marques de Melo lança mão de artigos que escreveu e publicou na imprensa nacional e internacional e apresenta a odisseia da telenovela no campus. No último capítulo do livro, Diálogo entre Produção e Recepção, adaptado a partir de uma apresentação que fez nos Estados Unidos, o autor aborda a necessidade de interatividade entre produtores e receptores. Ele analisa a interatividade entre audiência, produtos ficcionais seriados, tomando por base as telenovelas de maior sucesso nas décadas de 60, 70, 80 e 90 do século passado. A importância dos capítulos que integram o terceiro bloco se evidencia no que o próprio José Marques de Melo diz: “A telenovela constitui um formato singular do gênero ficcional na categoria entretenimen-

to da comunicação televisiva latino-americana. Em face da grande audiência que alcançou nos mercados nacionais e do êxito conquistado como produto de exportação no mercado midiático mundial, vem merecendo interesse crescente da midiologia e da culturologia.”

Com o epílogo, Inventário Oportuno, o professor José Marques de Melo encerra este livro, que é a sua mais nova contribuição acadêmica, ampliando o conhecimento existente sobre a evolução de nossa televisão. Esta antologia, *Televisão Brasileira – 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*, é instigante e reveladora, além de disponibilizar “para as novas gerações o conhecimento referente aos primeiros 60 anos da televisão brasileira”, com pontos de vista diferente do que é habitual.

Em síntese, este livro facilita ao leitor compreender, dentro do contexto e da conjuntura, de cada década, como aconteceu a evolução de nossa televisão, permitindo ainda uma avaliação paralela entre a televisão analógica e a digital que se encontra em implantação em todo o país. Este livro, vale ressaltar, não é um tratado, mas uma reflexão crítica

inteligente, onde se destacam o rigor argumentativo, a clareza das ideias e o valor didático. Sem dúvida alguma, será de grande utilidade para alunos de graduação, pós-graduação e para docentes e pesquisadores porque os textos aqui reunidos provocam reflexões e merecem debates e desdobramentos.



# *Andarilho cultural resgata débito intelectual*

---

Prefácio que escrevi para o livro de José Marques de Melo intitulado *Alagoas na Idade Mídia*, publicado pela Viva Livraria e Editora, de Maceió, em 2013.

Neste ano de 2013, José Marques de Melo completa 70 anos de idade, sendo que destes, 55 foram dedicados ao jornalismo e à comunicação, ora como repórter, ora como articulista, ora como pesquisador, ora como professor, formador de opinião e de profissionais que passaram a atuar no jornalismo em particular, ou no campo da comunicação em geral, seguindo-lhe os passos. Marques nasceu no dia 15 de junho de 1943 em Palmeira dos Índios, mas cresceu e criou raízes em Santana do Ipanema, Alagoas. E depois, quando de lá saiu para estudar, nunca mais se acomodou como ele mesmo diz neste livro: “Tendo inoculado o vírus do retirante nas águas salobras do Ipanema, tornei-me andarilho cultural: percorri quase todos os quadrantes europeus e americanos, inclusive os territórios onde vicejou o socialismo real”.

Depois de ter feito nome nacional e internacional ele se volta às origens. Mesmo estando ausente do território caeté desde os anos 1960, José Marques de Melo não perdeu os laços afetivos com o seu povo e a sua cultura. Nos últimos dez anos, tem se dedicado a colocar Alagoas na agenda investigativa dele,



tendo publicado inúmeros artigos e ensaios voltados à preservação do ethos alagoano. Todo o esforço tem sido feito no sentido de saldar um compromisso pessoal, um “débito intelectual”, como ele denomina, para com Alagoas, o seu estado natal.

Em 2009, ele publicou, em *O Jornal*, de Maceió, um ensaio intitulado “Diáspora intelectual santanense: a vanguarda da terra espinhosa”, no qual sistematizou o contingente literário de Santana do Ipanema em três grupos: Vanguarda Sertaneja, Retaguarda Litorânea e Diáspora Nacional. No artigo ele afirma:

[...] a formação de diásporas intelectuais só pode ser compreendida num quadro de penúria cultural, que induz os jovens à emigração. Seus integrantes preservam laços orgânicos muito tênues com a terra de origem. Mas ela permanece como fonte de inspiração ou matriz geradora dos componentes sociológicos e geográficos que configuram as criações em prosa e verso. Se a era da imprensa não foi auspiciosa para a cultura santanense, a idade da internet vem favorecendo e estimulando o florescimento literário. Tais condições foram criadas no processo de transformação socioeconômica que o município experimentou na segunda metade do século XX, ultra-

passando o estágio agropastoril, para se converter em polo terciário, dinamizando o setor de serviços.<sup>13</sup>

Em 2010, juntamente com Rossana Gaia, ele lançou um livro totalmente diferente de toda a sua obra: *Sertão Glocal: um mar de ideias às margens do Ipanema*<sup>14</sup>, editado pela Editora da Universidade Federal de Alagoas. Nesse livro, que ele denomina de diáspora santanense, Marques de Melo apresenta um panorama literário do município de Santana do Ipanema que é conhecido como terra de poetas, contistas, dramaturgos, romancistas, biógrafos, cineastas e historiadores.

O resgate do débito intelectual que José Marques de Melo tem procurado fazer nos últimos dez anos, atinge o ápice com a publicação deste livro *Alagoas na Idade Mídia*, que apresenta três eixos temáticos:

---

<sup>13</sup> MARQUES DE MELO, José. Diáspora intelectual santanense: a vanguarda da terra espinhosa. *O Jornal*, 6/2009. Maceió. Disponível em [www.maltanet.com.br/literatura/exibe.php?id=755](http://www.maltanet.com.br/literatura/exibe.php?id=755) — acesso em 21/3/2009.

<sup>14</sup> MARQUES DE MELO, José; GAIA, Rossana (Orgs.) *Sertão Glocal: um mar de ideias brota às margens do Ipanema*. Maceió: EDUFAL, 2010.

1. Província, no qual apresenta um inventário dos pensadores comunicacionais alagoanos;
2. Aldeia, no qual ele resgata o passado, esboçando o presente; e
3. Tribo, no qual ele aborda a história da própria família.

Os três eixos são constituídos por textos prioritariamente de origem jornalística, produzidos a partir de motivações as mais variadas. Os artigos e os eixos temáticos se completam de modo a configurar e justificar o título da obra.

Se reunir estes artigos e reflexões foi um desafio, o resultado se configura como um inventário prolífero e histórico, por meio do qual José Marques de Melo coloca Alagoas na geografia comunicacional do país, tendo em vista, principalmente, o fato de que ele resgata a identidade jornalística alagoana por meio da memória da imprensa e a construção da história da mídia de Alagoas, tendo como pano de fundo os perfis biográficos dos homens que participaram dessa história. A identificação do acervo bibliográfico e das personalidades que contribuíram para a construção da cultura alagoana, da identidade

caeté, é como o próprio autor diz, “o mapa da mina para o resgate do elo perdido”.

Além de fazer o resgate histórico e preservar a memória, um dos méritos deste novo livro de José Marques de Melo é o de inserir Alagoas, os jornalistas e intelectuais alagoanos no cenário nacional, fazendo o link de suas contribuições para com as ciências da comunicação. Com este livro, José Marques de Melo enriquece conteúdos, contextualiza fatos e acontecimentos, além de motivar os mais jovens a dar continuidade à pesquisa por ele iniciada e ou estimulada. Com este livro, ele mostra o caminho das pedras e confirma o fato de que uma memória resgatada é a condição mínima para a manutenção da identidade cultural na nação caeté e da inclusão da sociedade alagoana no espaço midiático.

Como homem inquieto e perspicaz, que reflete e questiona, durante todo o tempo, sobre o que, como e por que fazer, José Marques de Melo, ao longo de sua vida e obra multifacetada, tem nos mostrado o que deve e o que ainda precisa ser feito no campo da comunicação. Neste livro, ao denominar cada eixo temático com palavras-chave (Província,

Aldeia e Tribo), José Marques nos remete a um dos ícones da comunicação, Marshall McLuhan, que já nos alertava com os seguintes pensamentos:

Quando confrontados com uma situação inteiramente nova, tendemos a ligar-nos aos objetivos, ao sabor do passado mais recente. Olhamos o presente através de um espelho retrovisor. Caminhamos de costas em direção ao futuro.

[...] O nosso é um mundo inteiramente novo de simultaneidade. O “tempo” cessou, o “espaço” sumiu. Vivemos agora uma aldeia global... um acontecer simultâneo.<sup>15</sup>

A leitura deste novo livro de José Marques de Melo nos obriga a navegar nos múltiplos links que ele faz com suas obras anteriores e com a de outros autores, os mais variados. Ler este livro é como se estivéssemos na internet navegando em múltiplos links com acesso a outras obras para completar o exercício a que o autor nos instiga.

---

<sup>15</sup> McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1969.

Neste livro, ao lado de seus perfilados, José Marques é ao mesmo tempo observador participante, agente da narrativa e intérprete das leituras feitas, a partir de seus condicionamentos, hábitos e experiências. Ele identifica a identidade cultural, os aspectos peculiares da diáspora caeté. A contribuição de cada intelectual/jornalista citado é construída a partir do reconhecimento de uma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos e pessoas, tendo em vista que a memória do grupo se baseia na afirmação de sua identidade.

Ao mapear as características e tendências da memória caeté, ele alinha questões e levanta discussões a partir de um referencial intelectual local, que também é nacional e global. A maior contribuição da preservação da memória é o fato de que só assim se pode construir e valorizar a história de pessoas e lugares. Stuart Hall, por exemplo, afirma que “[...] as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas, transformadas no interior da representação”.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A, 1999. p. 48.

Ao resgatar as contribuições de cada personalidade abordada, ele constrói uma identidade alagoana consistente com a determinação da diáspora caeté. E para tanto, ele identificou raízes e penetrou no âmago da história, pois o autor tem consciência de que a memória é um elemento constituído do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva.

Ao abordar os escritores emblemáticos de Alagoas, José Marques diz: “a diáspora nacional apresenta fisionomia complexa cobrindo universos oscilantes entre a história e a política, a antropologia cultural e a economia contábil, a medicina social e a etnografia regionalista”. Ao destacar, por exemplo, a figura emblemática de Arthur Ramos, o projeto dele para UNESCO e a contribuição ao campo da comunicação, José Marques afirma:

Fica explícita, desta maneira, a extensão do programa estratégico de Arthur Ramos para todo o campo das ciências sociais, beneficiando posteriormente disciplinas do saber aplicado, como é o caso da comunicação. [...] A verdade é que, já na década de 30, quando escrevia seu livro *Introdução à Psicologia Social*, um manual didático destinado aos estudan-

tes da pioneira Universidade do Distrito Federal, Arthur Ramos tinha clareza sobre o papel da mídia na sociedade.

Por outro lado, Marques de Melo identifica Santana do Ipanema como o “espaço de confluência simbólica” e constata os sinais positivos da tecnologia moderna, no tempo presente do sertão, um sertão glocal que está emergindo como espaço geocultural, no qual a internet tem ocupado espaço e contribuído para a modernidade.

Quando escreveu a apresentação de seu próprio livro, *Jornalismo, Forma e Conteúdo*, lançado em 2009, José Marques de Melo já registrava suas preocupações com as tendências do jornalismo:

Vivemos uma conjuntura marcada pela presença de novos interlocutores interferindo na cena jornalística. Além da vigilância exercida pela cidadania, começa a ter peso a avaliação de desempenho feita metodicamente pelos observatórios midiáticos ou pelos ouvidores dos usuários da mídia. Avulta também a corrente que, ancorada nos espaços acadêmicos ou nos movimentos sociais, reivindica a hegemonia da crítica radical.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo, Forma e conteúdo*. São Caetano do Sul: Difusão editora, 2009. p. 15.



Neste novo livro, sua preocupação é recorrente. Ele não esconde sua preocupação com a turbulência que o jornalismo vem atravessando frente às mudanças tecnológicas, sociográficas e geopolíticas, que têm atropelado os processos de produção da notícia.

Com este livro José Marques de Melo nos oferece uma trajetória diversificada da mídia alagoana, concentrando-se em perfis biográficos, além de preencher lacunas historiográficas, resgatando acontecimentos singulares. Aqui ele apresenta novas e interessantes contribuições para se pensar a comunicação, além de novos detalhes para enriquecer sua própria biografia.

Em síntese, podemos dizer que o autor consegue, com este livro, resgatar a autoestima alagoana e santanense estimulando as novas gerações a lembrar e a ter orgulho dos valores municipais e estaduais. Acredito que ele cumpre plenamente o seu débito intelectual para com Alagoas, além de desafiar a nova geração de jornalistas professores e pesquisadores alagoanos a dar sequência ao trabalho agora iniciado. Mais uma vez ele ensina o caminho das pedras e nos dar o exemplo de como proceder no sentido de

encontrar no passado a força para a construção de nossa identidade.



Este livro foi impresso em papel offset 90g, na fonte Californian  
FB e Segoe UI, na Gráfica 3, para Quarteto Editora, no Outono  
de 2019.