

# Paradigmas da escola latino-americana de comunicação\*

*José Marques de Melo\*\**

## Resumo

O texto analisa o processo histórico que originou o paradigma latino-americano de Comunicação. Mesclando os modelos norte-americanos aos postulados europeus e adaptando-os às condições peculiares às nossas sociedades e às nossas culturas, foi possível superar as dicotomias entre metodologias quantitativas e qualitativas, entre pesquisa crítica e pesquisa administrativa.

*Palavras-chave:* comunicação (América Latina), teoria da comunicação (América Latina).

## 1 Panorama histórico

A pesquisa latino-americana no campo das ciências da comunicação comemora seu cinquentenário enfrentando novos desafios. O principal deles é sua legitimação no espaço acadêmico. Apesar de as universidades do sul da América terem acolhido pesquisadores e centros de pesquisa dos processos comunicacionais desde os anos 60, somente agora, neste final de século, eles conquistam o devido reconhecimento institucional.

As primeiras pesquisas de comunicação na América Latina surgem em ambientes tipicamente profissionais. São demandadas pelas emergentes indústrias culturais e constituem fatores decisivos para a formação das primeiras agências privadas dedicadas a

---

\* Texto apresentado no V Simpósio de Pesquisa em Comunicação do Centro-Oeste, em Goiânia - Go, entre 20 a 22/05/99.

\*\* Professor Titular da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e Titular da Cátedra Unesco de Comunicação.

estudos de opinião pública, audiência dos mass media ou persuasão dos consumidores. Mas também são estimuladas pelas polêmicas que surgem nas associações jornalísticas, encorajando alguns publicistas eruditos a explorar os documentos disponíveis sobre a memória do campo, em sua dimensão sócio-política.

Como resultado disso, são produzidos ensaios de grande valor histórico para a identificação de fronteiras profissionais. Ou se elaboram perfis biográficos de seus atores privilegiados.

No caso brasileiro, por exemplo, dois marcos cronológicos são a publicação, em 1945, da primeira sondagem eleitoral, feita pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) e o lançamento, em 1946, do primeiro ensaio sistemático sobre imprensa e jornalismo, escrito por Carlos Rizzini sob o título "O livro, o jornal e a tipografia no Brasil".

Desde então, acumulam-se conhecimentos novos sobre os fenômenos de interação simbólica mediados pela mídia. Eles passam a respaldar as decisões sobre investimentos publicitários ou servir como parâmetros para a institucionalização da representação política em vários países. O ambiente é favorável à difusão, em todo o continente, das idéias modernizadoras que caracterizam a conjuntura posterior à II Guerra Mundial.

Pesquisadores profissionais, geralmente oriundos das carreiras de sociologia, psicologia ou economia, se dedicam a formular estratégias indústrias ou político-eleitorais.

Por sua vez, pesquisadores diletantes, legitimados pela atividade jornalística ou artística, escrevem ensaios caracterizados pelo rigor documental, agendando o debate público sobre temas da comunicação política. Suas análises privilegiam, quase sempre, as tentativas das burocracias estatais ou das oligarquias partidárias para controlar os fluxos informativos e, por essa via, monitorar a opinião pública.

## 2 O papel das universidades

As universidades ingressam tardiamente em tal cenário. Isso ocorre somente em meados dos anos 60, quando as pioneiras

escolas de jornalismo se ampliam para agregar as carreiras conexas da publicidade, relações públicas, cinema, rádio e televisão. A criação das modernas escolas de comunicação social nas principais cidades latino-americanas nem sempre significa seu compromisso com a pesquisa.

Elas geralmente se dedicam a tarefas exclusivas de formação profissional, disseminando os resultados das pesquisas feitas pela indústria ou polemizando as reflexões ensaísticas produzidas pelos intelectuais de renome.

Mas se registram iniciativas promissoras, responsáveis pela instalação quase simultânea, na Venezuela e no Brasil, dos nossos centros pioneiros de pesquisa científica sobre a comunicação de massa. Refiro-me ao Instituto de Investigações da Imprensa, fundado por Jesus Marcano Rosas na Universidade Central da Venezuela, e ao Instituto de Ciências da Informação, fundado por Luiz Beltrão na Universidade Católica de Pernambuco.

Contudo, o maior estímulo à pesquisa acadêmica provém do CIESPAL, o centro de estudos superiores de comunicação criado pela UNESCO, em Quito, Equador. Ali atuaram como difusores das modernas ciências da comunicação personalidades paradigmáticas como os norte-americanos Wayne Danielson, Wilbur Schramm, Raymond Nixon, John McNelly, Paul Deutschmann, os franceses Jacques Kayser, Jacques Godechot, Joffre Dumazedier e Jacques Leauté, o alemão Gerhard Maletzke, o espanhol Juan Beneyto, o belga Roger Clausse, o italiano Rovigati, o russo Kachaturov etc. A eles se agregam os pioneiros pesquisadores latino-americanos como Danton Jobim, Luiz Beltrão, Edgardo Rios, Ramon Cortez Ponce, Jorge Fernandez e Ramiro Samaniego.

Trata-se de uma instituição que realiza diretamente muitos projetos descritivos ou interpretativos sobre as estruturas comunicacionais, em nível continental. Essas pesquisas passam a ser reproduzidas em algumas escolas de comunicação, em nível nacional ou local, pelos egressos dos cursos de pós-graduação ali realizados anualmente. Elas, no entanto, ainda não assumem uma

dimensão permanente, figurando muito mais como estudos episódicos, ocasionais.

Como esse período insere-se na conjuntura da guerra-fria e coincide com o lançamento da campanha dos países terceiro-mundistas em busca de uma nova ordem internacional, não é estranho que apareçam na América Latina alguns centros de pesquisa que assumam tais perspectivas de análise. Eles se dedicam a repensar as políticas de comunicação e o papel que desempenham os meios massivos na formação da consciência política dos cidadãos.

Tais pesquisas macropolíticas ou microideológicas representam a tendência hegemônica nos projetos subsidiados pelos fundos internacionais e que atuam durante os anos 70 e 80.

O instituto pioneiro é o CEREN (Centro de Estudos da Realidade Nacional), no Chile de Allende, onde passam a atuar lideranças do porte de Armand Mattelart e Paulo Freire. Além dele, destaca-se o ILET (Instituto Latino-americano de Estudos Transnacionais) no México, um núcleo extremamente ativo de exilados das ditaduras latino-americanas, como os chilenos Juan Somavia e Fernando Reyes Mata, os argentinos Hector Schmucler e Mabel Piccini, o peruano Rafael Roncagliolo. E, também, o ININCO (Instituto de Investigaciones de la Comunicación) na Venezuela, liderado por Antonio Pasquali e contando com a participação de Oswaldo Capriles, Eleazar Diaz Rangel, Hector Mujica.

Vale a pena registrar ainda alguns centros dotados de perfil mais regional, como a CELADEC (Comision Latinoamericana de Evangelización Cristiana), no Peru; o Centro Gumilla, na Venezuela; o CEMEDIM (Centro de Estudio de los Medios Masivos), em Cuba.

O trabalho investigativo de todos eles encontra forte ressonância em todo o continente, num período caracterizado pela busca de alternativas comunicacionais ou pela construção de políticas democráticas de gestão dos meios massivos. Confluem em seus marcos teóricos dois paradigmas dominantes: a teologia da libertação e a denúncia do imperialismo cultural.

São teses que se projetam com intensidade nas comunidades acadêmicas constituídas em torno das modernas escolas de comunicação, que também assimilam os postulados estruturalistas, inclusive os de fundamentação marxista. Também estão presentes, porém com menor impacto intelectual, as metodologias herdadas do funcionalismo norte-americano.

Mas, sem dúvida, a corrente que mais fascina os emergentes cientistas latino-americanos da comunicação é a teoria crítica da Escola de Frankfurt, potencializando sua vertente profundamente negativista.

### 3 Desideologização

Em meados dos anos 80, observa-se um declínio dos centros de perfil civilista, organizados como entidades de interesse público, mas geridos pelo sistema da administração privada.

Isso ocorre em função da crise que se abate sobre a UNESCO e outras agências internacionais, fragilizadas pelo clima de polarização ideológica que conflui paradoxalmente para a perestroika de Gorbachev, antecipando a queda do Muro de Berlim. O sentimento de derrota política assumido pelas esquerdas latino-americanas, que se fracionam em lutas eleitorais pró-democracia, fragiliza o campo comunicacional.

Em vários países da região, isso influencia a desmobilização de algumas dessas instituições, a última das quais a desaparecer foi o IPAL (Instituto para América Latina), no Peru. O fluxo das ajudas internacionais em direção às emergentes democracias do Leste da Europa retira o oxigênio financeiro que as mantinha ativas.

Entretanto, desde princípios dos anos 70, novos espaços de pesquisa da comunicação surgiam nas universidades, justamente fortalecidos pelos programas de estudos de pós-graduação. A criação de cursos de mestrado e doutorado em ciências da comunicação em algumas universidades latino-americanas facilita a circulação de uma mescla de teorias e metodologias forâneas, da semiótica à psicanálise, das correntes pós-modernistas aos postulados neoliberais.

Essas idéias importadas naturalmente confrontam-se com as embrionárias construções científicas autóctones, feitas por instigantes pensadores latino-americanos, como o venezuelano Antonio Pasquali, os brasileiros Luiz Beltrão e Paulo Freire, o boliviano Luis Ramiro Beltrán, o argentino Eliseo Verón, o uruguaio Mário Kaplun e o paraguaio Juan Diaz Bordenave.

A elas prontamente se agregam as inovações trazidas pela nova geração, integrada por Martín-Barbero (Colômbia), Fuenzalida (Chile), Ford e Piscitelli (Argentina), Sodré, Fadul, Caparelli e Lins da Silva (Brasil), Aguirre e Bisbal (Venezuela), Trejo, Orozco e Gonzalez (México), Roncagliolo, Gargurevich e Alfaro (Peru), Luciano Alvarez (Uruguai), entre outros.

#### 4 Hibridismo e mestiçagem

A marca distintiva de tais elaborações científicas é o hibridismo teórico e a superposição metodológica, plasmando uma singular investigação mestiça, representativa em verdade da fisionomia cultural latino-americana.

Esse perfil se caracteriza pelos cruzamentos de tradições européias, heranças meso-sul-americanas (pré e pós-colombianas), costumes africanos, inovações de modernas matrizes norte-americanas, além de muitas contribuições introduzidas pelos distintos grupos étnicos que navegaram pelos oceanos durante as recentes sagas migratórias internacionais.

Não obstante ocupe um lugar privilegiado nas universidades latino-americanas em que existem estudos regulares de comunicação, em nível de graduação ou pós-graduação, a Escola Latino-americana ainda não conquistou a hegemonia. O processo de sua difusão se faz lentamente, enfrentando as barreiras do modismo teórico ou o preconceito de quantos seguem valorizando exclusivamente as metodologias que trazem o selo dos países metropolitanos.

Além disso, a Escola Latino-americana luta também contra a baixa auto-estima da nossa comunidade acadêmica, impactada pelas mudanças políticas econômicas que diminuem o prota-

gonismo do Estado paternal e atribuem papéis decisivos ao mercado e à sociedade civil.

Uma das dificuldades para a rápida legitimação da Escola Latino-americana é também sua falta de agilidade para responder prontamente às questões postas pelos centros contemporâneos de decisão, localizados nas empresas ou no setor público.

A recusa ao mercado, um dos estigmas herdados dos tempos heróicos, a impede de estabelecer agendas de pesquisa que correspondam às demandas das indústrias culturais. Por outro lado, o medo de converter-se em apêndice das estruturas estatais, à distancia da participação nas tomadas de decisão sobre as políticas públicas. Isso ocorre basicamente nos setores governamentais de planejamento cultural ou educativo, tanto no âmbito executivo quanto no setor legislativo.

## 5 Globalização e regionalização

Mas essa tendência não corresponde à postura de toda a comunidade acadêmica latino-americana no campo da comunicação. Ela traduz com maior nitidez o comportamento dos pesquisadores que se defrontaram com as agruras e as angústias do período da guerra fria. Em contrapartida, projeta-se hoje uma nova geração de jovens comunicólogos que tratam de preservar as utopias assimiladas nos ensinamentos dos seus mestres. Mas assumem, ao mesmo tempo, uma conduta pragmática, desenvolvendo práticas investigativas referenciadas pelo novo contexto histórico e pelas demandas sociais.

Isso tem se revelado com nitidez nos quatro congressos promovidos pela ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación): São Paulo (1992), Guadalajara (1994), Caracas (1996), Recife (1998). Torna-se crescente o número de pesquisadores-junior que, sem perder o rigor científico, mantém o compromisso ético de transformar a sociedade para atender ao interesse público.

O caso mexicano é paradigmático. Na última conferência extraordinária da IAMCR (International Association for Media

and Communication Research), realizada em Oaxaca, em julho de 1997, defrontei-me com um grupo de jovens vestindo camisetas que exibiam a marca “Geração McLuhan”.

Ao indagar qual o sentido daquela organização, eles me explicaram: trata-se de um movimento originado nas universidades de províncias, integrado por comunicólogos na faixa dos 30 anos, nascidos numa época dominada pelas idéias de Marshall McLuhan.

Eles se confessavam distanciados das teses iconoclastas do pensador canadense, cujo mérito havia sido o de introduzir variáveis tecnológicas na análise dos fenômenos comunicacionais. Como as idéias de McLuhan não lhes haviam sido explicitadas convenientemente pelos seus mestres, que priorizaram as variáveis de natureza ideológica, eles se propunham a realizar um tipo de operação arqueológica, desencavando-as nos documentos disponíveis e atualizando-as para uso numa conjuntura em que a “aldeia global” se converte em realidade palpável.

Ao mesmo tempo, esses jovens se organizavam em rede nacional, usando todo o potencial da Internet, para refluir àquilo que eles rotulam como hegemonia cultural do DF - Distrito Federal (a capital mexicana), fortalecendo os valores das culturas microregionais, ameaçadas também de ser dizimadas pela onda avassaladora da globalização. Para tanto, eles se fundamentavam em paradigmas construídos pelos teóricos da Escola Latino-americana, como Martín-Barbero ou García Canclini, recorrendo também aos pensadores locais como Jorge Gonzalez, Jesus Galindo ou Guilherme Orozco.

Já no Cone-Sul, verifica-se um movimento com dimensões mais amplas. As fronteiras nacionais começam a ser relativizadas, mas não abolidas, fortalecendo a cooperação entre as comunidades acadêmicas dos países que integram o Mercosul (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Paraguai, Uruguai), prevendo-se a próxima adesão da Venezuela e do Peru. A meta é criar um fórum megaregional, denominado MERCOSUL, agilizando a circulação dos resultados das pesquisas comunicacionais realizadas em cada um dos países. Dessa maneira, os pesquisadores acadêmicos

preparam-se para subsidiar a integração dos mercados midiáticos que constitui um imperativo decorrente do Tratado de Assunção, instrumento responsável pela formação do mais novo bloco econômico regional.

Mas, ao contrário do que teria ocorrido nos tempos da guerra fria, a atitude dos que lideram esse movimento integracionista não conduz à criação de uma “fortaleza regional”. Pretende-se, isto sim, cimentar os laços da cooperação intra-regional, potencializando a preservação dos nossos interesses comerciais e a projeção das nossas matrizes culturais no quadro da economia mundializada das comunicações.

Dentro daquela estratégia de “hegemonia compartilhada”, que vem sendo advogada pelo Presidente brasileiro Fernando Henrique Cardoso, os países integrantes do Mercosul preparam-se convenientemente para integrar a futura ALCA (Área de Livre Comércio das Américas) e também para incrementar as relações comerciais e culturais que unem historicamente a América Latina à Comunidade Européia.

No âmbito da comunidade acadêmica da comunicação isso tem se materializado através da realização de colóquios binacionais ou pluri-nacionais. Em 1997, realizamos em Santos, Brasil, o I Colóquio Nafta-Mercosul de Ciências da Comunicação, com dupla intenção: acionar mecanismos integradores entre instituições e lideranças acadêmicas dos dois extremos das Américas e, ao mesmo tempo, potencializar a cooperação universidades/empresas de comunicação, reduzindo o *gap* hoje existente em ambos os setores. Esperamos que esse diálogo prossiga dinamicamente, ensejando ações concretas no plano da cooperação universitária. A próxima rodada de negociações será efetuada no campus da Universidade do Texas, na primavera de 1999.

Há cinco anos, o Brasil iniciou colóquios binacionais de pesquisa em comunicação com a França, cujos resultados vêm demonstrando eficácia, superando em parte os preconceitos historicamente existentes entre as duas comunidades e, ao mesmo tempo respaldando projetos institucionais de intercâmbio científico. A experiência revelou-se positiva, ensejando sua multi-

plicação através de colóquios semelhantes com a Espanha, Portugal, Itália e Dinamarca. As próximas metas são Inglaterra e Alemanha.

## 6 Projeção brasileira

Tais iniciativas só puderam acontecer em função do reconhecimento internacional alcançado pela Escola Latino-americana de Comunicação, particularmente pelo desempenho do segmento brasileiro nas últimas conferências mundiais dos pesquisadores da área. Vamos tomar como ponto de referência o fórum internacional mais representativo da nossa comunidade acadêmica que é, sem dúvida, a IAMCR (International Association for Media and Communication Research).

Desde o congresso da IAMCR em Bled, Eslovênia (1990), o Brasil desponta como produtor expressivo de conhecimento comunicacional, figurando entre os países que inscrevem maior número de papers em tais certames acadêmicos. Se a liderança internacional permanece indiscutivelmente com os USA, o Brasil tem se mantido durante toda a década de 90 no top dos países com maior volume de produção científica, ao lado da Inglaterra, Canadá, França, Dinamarca e, mais recentemente, Alemanha e Austrália.

Tal situação reflete a pujança da nossa indústria da comunicação, hoje responsável por um terço do Produto Interno Bruto. De acordo com Flávio Corrêa, presidente da Associação Brasileira das Agências de Propaganda, o complexo midiático brasileiro apresenta o seguinte perfil: "Hoje o Brasil possui uma televisão de padrões internacionais, revistas que não deixam nada a dever ao que melhor se produz noutros centros mais avançados, jornais que dão aulas de qualidade, amplitude de cobertura e agressividade de marketing e rádios do Oiapoque ao Chuí. Isso sem falar no desenvolvimento de tantos outros canais de distribuição de mensagem que permitem atingir o consumidor (...) no momento mais propício, esteja ele onde estiver".

Para alimentar essa rede midiática gigantesca, o segmento profissional da pesquisa em comunicação mercadológica absorveu em 1996 investimentos da ordem de US\$ 200 milhões, movimentados por quase uma centena de empresas do ramo, que empregam cerca de 10 mil pesquisadores. O setor da pesquisa industrial está em franco crescimento, estimulado pelas privatizações e cessões de exploração de serviços, como telefonia celular e televisões por assinatura.

Ao fazer investimentos, os empresários da mídia necessitam de informações confiáveis sobre o mercado potencial e suas demandas específicas. Por isso, recorrem aos institutos de pesquisa, em busca de assessoria estratégica e dados correntes sobre os hábitos e preferências dos consumidores. Os mesmos empresários necessitam também de profissionais qualificados para a produção das mensagens a serem transmitidas em seus canais de difusão. A essa demanda correspondem os cursos universitários de comunicação, existentes em todas as regiões do país. Eles formam 6 tipos de profissionais: jornalistas, publicitários, relações públicas, produtores editoriais, radialistas e teledifusores, cineastas e videoastas.

O ensino de comunicação está disseminado, hoje, em 120 universidades brasileiras. Tais instituições oferecem 309 cursos, sendo 282 em nível de graduação e 27 em nível de pós-graduação, sendo 22 programas de mestrado e 5 programas de doutorado.

O primeiro curso de jornalismo surgiu em São Paulo, há 50 anos, adotando um currículo híbrido, em parte inspirado pelo modelo da Universidade de Colúmbia (New York, USA), em parte estruturado segundo o padrão vigente na Universidade Pro-Deo (Roma, Itália). Ao final dos anos 50 já existiam 8 instituições do gênero no país. Esse número triplicou na década seguinte e foi crescendo progressivamente. A partir dos anos 60, adquiriram a forma de escolas de comunicação de massa, atendendo às demandas de todos os segmentos da indústria midiática. Só nos anos 90 foram criados 120 novos cursos.

A população que gravita em torno das escolas de comunicação no Brasil foi estimada em 125.000 (cento e vinte cinco

mil) pessoas, correspondendo a 119.000 (cento e dezenove mil estudantes) e 6.000 (seis mil) docentes. Segundo a legislação brasileira, pelo menos uma terça parte desses docentes, ou seja, 2.000 (dois mil) deve trabalhar em regime de tempo integral, desenvolvendo pesquisas além das tarefas didáticas. Tal exigência tem ampliado o número de programas de pós-graduação, prevendo-se sua duplicação até meados da próxima década, já que as oportunidades de formação no exterior ficaram restritas àquelas especialidades em que o país ainda não tem competência instalada.

A circulação do conhecimento produzido nessas instituições está sendo processada por uma rede de aproximadamente 30 revistas, dentre as quais a mais importante é a Revista Brasileira de Comunicação, publicada semestralmente pela sociedade científica da área: INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

Como entidade representativa da comunidade brasileira de pesquisadores da comunicação, e com 20 anos de atuação permanente, a INTERCOM mantém conexões internacionais com a ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) e a IAMCR (International Association for Media and Communication Research).

Além desta, existem três outras associações acadêmicas: a ABECOM (Associação Brasileira de Escolas de Comunicação), filiada à FELAFACS (Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social); a COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação); e o ENECOM (Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação).

Todas elas realizam congressos anuais, propiciando a troca de experiências entre os seus membros e fomentando a difusão das pesquisas realizadas em todo o país. Por exemplo, no XX Congresso da INTERCOM, realizado em 1997 na cidade de Santos, foram inscritos cerca de 500 pesquisadores, sendo 300 pesquisadores senior, autores de comunicações científicas e 200 pesquisadores junior, autores de 50 trabalhos de iniciação científica e 150 produtos comunicacionais (resultantes de experimentos

realizados nos laboratórios profissionais de jornalismo, propaganda e outros segmentos). O número de participantes interessados em ouvir as exposições dos pesquisadores atingiu a cifra recordista de 2.500 participantes, dentre estudantes, professores e profissionais. Esses dados quantitativos são indicadores que revelam o dinamismo e a vitalidade da comunidade brasileira de comunicólogos.

Para finalizar, vale a pena explicitar quais as linhas de pesquisa a que se dedicam tais estudiosos. Vamos tomar como ponto de referência as tendências observadas no último congresso brasileiro de ciências da comunicação (Santos, 1997).

O maior volume dos trabalhos apresentados tem caráter de ciência aplicada, na medida que possui nítido interesse profissional, focalizando objetos relacionados com o sistema de comunicação de massa: jornalismo, publicidade, telenovelas, histórias em quadrinhos, rádio, cinema, vídeo etc.

Outro segmento expressivo é o dos estudos fenomenológicos, agrupando pesquisadores que possuem formação em outras áreas das ciências humanas e querem estabelecer relações entre certos atos comunicacionais e variáveis ou paradigmas singulares daquelas disciplinas-fronteiras: gênero, etnia, religião, educação, política, economia, esportes etc. Suas preocupações nem sempre estão orientadas para o funcionamento dos sistemas massmidiáticos, refletindo, em certo sentido, os temas dominantes na agenda pública.

O terceiro contingente reúne os estudiosos de orientação mais teórica, interessados em estocar conhecimento básico sobre os processos comunicacionais, numa perspectiva sócio-cultural: recepção e mediações, comunicação nas organizações complexas, comunicação rural, semiótica, pedagogia, epistemologia, metodologia da pesquisa etc.

## 7 Conclusão

O estágio atualmente vivenciado pela pesquisa em comunicação, particularmente no Brasil e em geral na América Latina,

não pode ser completamente avaliado sem se considerar o legado recebido das universidades norte-americanas, assim como também reconhecemos a nossa dívida intelectual em relação às universidades européias.

Desde 1934, quando se instala o primeiro curso superior de jornalismo na Argentina, a cooperação norte-americana foi decisiva para o delineamento da sua estrutura. A final de contas, não era sensato ignorar a experiência acumulada, durante mais de 20 anos, em instituições pioneiras como as escolas de jornalismo de Colúmbia e do Missouri.

Mas essa cooperação foi intensificada somente a partir do fim da segunda guerra mundial, quando as Américas dão os primeiros passos para a integração econômica do continente. Uma escola paradigmática como a da Universidade Central da Venezuela contou, já em 1946, com assessoria norte-americana.

Mas foi, sem dúvida, após a criação do CIESPAL, em 1959, que esse fluxo adquiriu seu curso natural, minimizando as mediações governamentais e privilegiando o intercâmbio entre universidades, fundações, institutos de pesquisa. Seus embaixadores foram os cientistas, como Wayne Danielson, que deram aulas e orientaram pesquisas no centro internacional instalado pela UNESCO e pela OEA, em Quito. Eles trouxeram contribuições relevantes para sedimentar as bases daquele movimento que, posteriormente, viria a assumir fisionomia própria, ou seja, a Escola Latino-Americana de Comunicação.

Mesclando os paradigmas norte-americanos aos postulados europeus e adaptando-os às condições peculiares às nossas sociedades e às nossas culturas foi possível superar as dicotomias entre metodologias quantitativas e qualitativas, entre pesquisa crítica e pesquisa administrativa.

Construímos uma via latino-americana para estudar e interpretar os processos comunicacionais, antecipando-nos talvez à superação dos tabus impostos pela guerra fria e pelas barreiras criadas entre as humanidades e as ciências sociais.

## Abstract

The text analyzes the historical process which originated the Latin-American paradigm of Communication. Mixing the North American models to the European postulates and adapting them to the peculiar conditions to our societies and our cultures, it was possible to overcome the dichotomies among quantitative and qualitative methodologies, among critical research and administrative research.

*Key words:* Latin-American paradigm of communication; theory of communication; methodological exploration.

## Fontes citadas ou consultadas

- AGUIRRE, Jesus Maria. *De la práctica periodística a la investigación comunicacional: hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social y cultura de masas*. Caracas: UCAB, 1996.
- BELTRAN, Luis Ramiro. Neoliberalismo y comunicación democrática en Latinoamérica. In: *Nuevos rostros para una comunicación solidaria*. Quito: OCIC-AL/UCLAP/UNDA-AL, 1994. p. 43-135.
- CARDOSO, Fernando Henrique. Communication for a New World. In: MARQUES DE MELO, José (Org.). *Communication for a New World: brazilian perspectives*. São Paulo: ECA-USP, 1993.
- CARRILHO, Márcio. Conferência confirma boa fase do setor de pesquisas na América Latina: Esomar. *Meio & Mensagem*, São Paulo, 26/5/97.
- CIMADEVILLA, CARNIGLIA y CANTÚ. *La bocina que habla: antecedentes y perspectivas de los estudios sobre comunicación rural*. Rio Cuarto: Universidad Nacional de Rio Cuarto, 1997.
- CORREA, Flávio. Publicidade: fermento da economia de mercado. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 30/10/97.
- FARO, J.S. *A universidade fora de si: a INTERCOM e a organização dos estudos de comunicação no Brasil*. São Paulo: INTERCOM/ALAIC, 1992.
- FOX, Elizabeth. *Latin American Broadcasting: from Tango to Telenovela*. London: John Libey, 1997.
- FUENTES NAVARRO, Raul. *Un campo cargado de futuro: el estudio de la comunicación en América Latina*. Mexico: CONEICC, 1992.
- JOBIM, Danton. French and U.S. influences upon the Latin American Press. *Journalism Quarterly*, v. 31, n. 1, p. 61-66, 1954.
- LOPES, Maria Immacolata (Org.). *Temas contemporâneos de comunicação*. São Paulo: EDICON/INTERCOM, 1997.

- LOPES, Maria Immacolata, MARQUES DE MELO, José (Orgs.). *Políticas Regionais de Comunicação: os desafios do Mercosul*. Londrina:UEL/INTERCOM, 1997.
- MARQUES DE MELO, José (Org.). *Comunicación Latinoamericana: desafios de la investigación para el siglo XXI*. São Paulo: ALAIC, 1992.
- MARQUES DE MELO, José. *Communication research: new challenge of the Latin American School*. In: LEVY & GUREVICH (Ed.). *Defining media studies*. New York: Oxford University Press, 1994. p. 424-432.
- MARQUES DE MELO, José (Org.). *O pensamento latino-americano em comunicação. Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo: UMESP, v. 15, 1996.
- MARQUES DE MELO, José. *Teorias da Comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MARQUES DE MELO, José, BRITTES, Juçara (Org.). *A trajetória comunicacional de Luís Ramiro Beltrán*. São Paulo: UMESP, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Pre-Textos, conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Universidad del Valle, 1995.
- NIXON, Raymond. *Education for Journalism in Latin America: a report of progress*. Minneapolis: Minnesota Journalism Center, 1981.
- OROZCO, Guillermo, (Org.). *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventa*. Mexico: UIA, 1992.
- ROGERS, Everett. *A history of communication study*. New York: Free Press, 1994.
- SCHRAMM, Wilbur. *The beginnings of communication study in america*. Thousand Oaks: Sage, 1997.