



Documento padrão para submissão de trabalhos ao XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

A Universidade na Era da Comunicação ¹

Luiz C. Martino – UnB ² – coordenador
Giovandro M. Ferreira – UFBA
Hugo Lovisolo ³ – UERJ
José Luiz Aidar Prado – PUC-SP
Pedro D. Russi ⁴ – UnB

Resumo

O desenvolvimento dos sistemas de comunicação afeta diretamente nossa noção de conhecimento. Sob esta hipótese geral, o trabalho proposto nesta mesa redonda é de articular algumas das várias linhas de investigação sobre as tensões que se estabelecem entre a nova arquitetura de informação que emerge no último século e as condições de produção, transmissão e divulgação do conhecimento. As transformações da cultura universitária frente à cultura de massa, o ensino a distância, as fronteiras entre conhecimento e informação, o impacto dos meios de comunicação, a divulgação da ciência, o regime produtivista aplicado ao saber, o marketing intelectual, são alguns dos vários pontos para uma reflexão sobre os desafios da Universidade na Era da Comunicação.

Palavras-chave: Universidade, cultura acadêmica, comunicação.

¹ Mesa apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação.

² Coordenador da Linha de Pesquisa Teorias e Tecnologias da Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Pesquisador CNPq. Doutor pela Université René Descartes Sorbonne-Paris V (1997). Coordenador do NP Teorias da Comunicação da INTERCOM. Ex-Coordenador do GT Epistemologia da Comunicação da COMPÓS. Contato: martino@unb.br

³ Doutor em antropologia social, Pós-doutorado em Ciências dos Esportes. Autor de Vizinhos distantes: universidade e ciência na Argentina e no Brasil. Edição EDUERJ (português) e El Zorzal (espanhol).

⁴ Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos-RS. Licenciado em Ciências da Educação-Pedagogia pela Universidade Católica do Uruguai. Professor da Faculdade de Comunicação (Fac) na Universidade de Brasília (UnB). E-mail: pedrorussi@unb.br .



Proposta da Mesa

INTERCOM – 2007

Mesa Redonda: **A Universidade na Era da Comunicação**

1) *A Cultura Acadêmica frente à Comunicação*
Luiz C. Martino – UNB (coord.)

A Cultura Acadêmica e os desafios da Educação na Era da Mediação Tecnológica. A Educação como um projeto da Cultura. A massificação do conhecimento e o papel da informação na produção do conhecimento. O marketing intelectual e sua influência sobre a academia.

2) *A universidade do conhecimento prudente*
José Luiz Aidar Prado – PUC-SP

O desenvolvimento dos sistemas de comunicação a partir do século 20 faz parte das novas configurações da produção de valores. O que era chamado de "indústria cultural" constituía a pré-história da comunicação como sistema de produção e distribuição de valores imateriais. O conhecimento hegemônico, na sociedade da informação e do entretenimento, é o capital-informação, combustível da tecnociência. Como a universidade pode se situar nesse mundo da informação de modo a constituir um modelo de uma ciência renovada pelo corte da produção de saberes "prudentes para uma vida decente"? Como enfrentar a indolência do capitalismo comunicacional nessa direção?

3) *Trocando experiências: Argentina e Brasil um diálogo possível.*
Hugo Lovisoló - UERJ

O autor se propõe refletir comparativamente sobre Argentina e Brasil, tanto a partir da experiência pessoal (como estudante e docente) quanto de suas pesquisas. Procura realizar uma avaliação para destacar o que podemos aprender com o "vizinho distante" no campo do ensino, da produção científica e da formação de comunidades científicas.

4) *Desafios do ensino de Comunicação na Sociedade Tecnológica*
Giovandro M. Ferreira - UFBA

A comunicação frente ao mercado digital, a preparação do profissional de comunicação e a universidade. A academia na era da informação. O papel das Humanidades. e os projetos para a educação superior.

5) *Pensar a pesquisa em comunicação: “uma Universidade sem pesquisa?”*
Pedro Russi-Duarte - UNB

O que faz uma universidade ser Universidade? Quais são, hoje, os traços universitários da pesquisa em comunicação? Quais as marcas para dizer “o eixo do fenômeno universitário é a pesquisa” porque através dela se constrói conhecimento? De que



lugares se apresentam as decisões sobre o currículo? Quais alternativas diante dessas constatações?