

História, Percepções do Cotidiano e Perspectivas: as pesquisas em Comunicação no Brasil e nos Estados Unidos¹

Monica Martinez²
Uniso, SP

Resumo

Após breve revisão de literatura, este artigo apresenta os primeiros resultados da pesquisa de campo, feita por meio de aplicação de questionários, com dez pesquisadores brasileiros e estadunidenses da área de Comunicação com a intenção de avaliar a trajetória, os cenários e as oportunidades de fortalecimento das relações da área. Entre os resultados, são identificadas consonâncias, como os movimentos migratórios, e dissonâncias, como o impacto do protestantismo e catolicismo na formação das nações. De forma concreta, os pesquisadores apontam a necessidade de se vencer a barreira do idioma e de estreitar a participação em conferências e publicações, bem como fomentar os intercâmbios institucionais de longo prazo com vistas a projetos conjuntos, que permitam ampliar a inserção do campo da Comunicação do Brasil nos cenários internacionais.

Palavras-chave

Comunicação; Cultura; Pesquisa em Comunicação; Brasil; Estados Unidos.

1. Brevíssimo histórico das relações comunicacionais Brasil-Estados Unidos

*Acredite na força pessoal do seu afeto (ao Homem do Brasil) no plano da penetração analítica.
Acima de tudo, veja com seus olhos. Ande com seus pés.
Depois compare com as conclusões de outros olhos e com as pegadas de outros pés. (...)*

Luis Câmara Cascudo (1898-1986), historiador,
na abertura da primeira revista do INCIFORM

A Comunicação é uma área em amadurecimento no Brasil. *O Ciclo de Conferências 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil*, realizado pela Intercom e Fapesp no segundo semestre de 2013, apresenta como marco a criação, em 1963, do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) pelo pioneiro dos estudos comunicacionais Luiz Beltrão (1918-1986). Mantido mediante convênio com a Universidade Católica de Pernambuco, esse "núcleo foi responsável pela formação da primeira equipe de pesquisadores dedicados sistematicamente aos fenômenos comunicacionais no Brasil e pelo

¹ Trabalho apresentado no VI Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado pela Intercom em Foz do Iguaçu (PR) de 1 a 2/9/2014.

² Monica Martinez é docente do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso (Universidade de Sorocaba/SP). É doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, tendo pós-doutorado pela UMESP e estágio pós-doutoral pela Universidade do Texas. E-mail: monica.martinez@prof.uniso.br.

lançamento da primeira revista científica da área – *Comunicações & Problemas* –, publicada a partir de 1965" (MARQUES, 1999, p. 4). A revista tinha como modelo o *journal* estadunidense *Journalism Quartely* e a iniciativa era inspirada nas idéias difundidas por cientistas europeus e norte-americanos no CIESPAL – *Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina*. Trata-se de uma instituição criada em Quito em 1959, com apoio do governo equatoriano, da UNESCO e da Organização dos Estados Americanos (OEA) para fomentar os estudos dos meios de comunicação nos, como se dizia então, países não-industrializados do Terceiro Mundo.

Para se ter uma ideia da juventude da área brasileira, os primeiros doutorados ainda não celebraram 50 anos. Beltrão, aliás, foi o primeiro Doutor em Comunicação formado no Brasil, ao defender a tese *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias* em 1967 na Universidade de Brasília, instituição que havia sido fundada em 1962 pelo antropólogo Darcy Ribeiro (1922-1997). Já o primeiro doutorado em jornalismo foi defendido pelo docente e pesquisador brasileiro José Marques de Melo em 1973. Trata-se da tese *Fatores Sócio-Culturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*, orientada ainda por doutores em outras áreas do conhecimento, no caso Rolando Morel Pinto, fundador do Departamento de Estudos Linguísticos e Literários da Universidade de São Paulo. Tratava-se da primeira turma de doutores formada pelo curso de Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, iniciado em 1967, na recém criada Escola de Comunicações Culturais (hoje Escola de Comunicações e Artes) da Universidade de São Paulo.

Quanto à natureza dos estudos comunicacionais brasileiros, o pesquisador Venício Lima, professor emérito aposentado de Ciências Políticas e Comunicação da Universidade de Brasília, diz que numa primeira fase os pesquisadores dedicavam-se em geral a compreender o próprio significado da palavra Comunicação, dada a sua ambiguidade (LIMA, 2001). Cinquenta anos depois, esta busca de uma identidade ainda é visível.

É importante ressaltar que, aqui, já se nota uma diferença importante entre os estudos comunicacionais no país e nos Estados Unidos. Enquanto no Brasil desde o início houve predomínio dos estudos dos fenômenos midiáticos, nos EUA sempre foram acolhidas outras esferas, como a intracomunicação (um processo individual interno, estudado por áreas do conhecimento como a psicologia), a interpessoal (entre duas pessoas) e a grupal (em seus aspectos um para um, um para muitos), além da comunicação massiva feita pelos meios tradicionais, como jornais, revistas, rádio, televisão e cinema, entre outros

(HOHLFELDT, 2001) e da comunicação digital, com seu processo comunicacional de muitos para muitos. Atualmente algumas escolas brasileiras acolhem igualmente outras esferas, como a dedicada aos estudos da comunicação mediados pelo corpo, importante nos estudos contemporâneos estadunidenses e europeus, caso do teórico da mídia alemão Harry Pross, que no final da década de 1960 já dizia que “toda comunicação começa no corpo e nele termina”. (Pross apud BAITELLO JÚNIOR, 2008, p. 95).

Contudo, até hoje, os estudos das teorias de comunicação estadunidenses ensinados no Brasil concentram-se no período que poderíamos chamar de clássico: dos anos 1920 a 1960, quando houve predominância nas pesquisas de comunicação de massa (*Mass Communication Research*), caracterizadas pela natureza empírica e quantitativa dos estudos. Muitos destes estudos eram financiados por instituições civis ou governamentais, preocupadas em entender como funcionavam os meios de comunicação de massa com uma perspectiva mercadológica ou ideológica. Não por acaso, o marco da época é o livro *Propaganda Techniques in the World War*, publicado por Harold Dwight Lasswell (1902-1978) em 1927 (ARAÚJO, 1998, p. 120).

É este caráter da comunicação como manipulação ou persuasão que imprimirá à escola estadunidense o caráter funcionalista atribuído ainda hoje pela comunidade científica acadêmica brasileira (LIMA, 2001). Como diz o epistemólogo Luís Mauro Sá Martino, “Os pesquisadores norte-americanos podem não ter achado as respostas, mas formularam as questões certas” (2009, p. 20). Postulado em 1948, por exemplo, o modelo de Lasswell para descrever o ato de comunicação – Quem? Diz o quê? Em que canal? Para quem? Com que efeito? – foi por muito tempo um dos grandes paradigmas para os pesquisadores interessados nos fenômenos da comunicação. Outro exemplo deste período é a teoria matemática da comunicação, proposta inicialmente pelo matemático Claude Shannon (1916-2001) em 1948 e, posteriormente, por Shannon em conjunto com o matemático Warren Weaver (1894-1978). Nela, a mensagem parte de uma fonte, é transmitida por um canal ao receptor, chegando ao seu destino preferencialmente com o mínimo de ruído possível (COHN, 1978).

A Teoria do Agendamento ou *Agenda Setting* (MCCOMBS, 2009) é um terceiro exemplo. Ela foi proposta em 1968 por Maxwell McCombs e Donald Shaw, da Universidade do Texas em Austin. Durante as eleições presidenciais de 1968, eles demonstraram a correlação entre o que 100 residentes da cidade de Chapel Hill, North Carolina, pensavam serem os temas importantes da eleição e os assuntos veiculados pela

mídia local e nacional. Por meio deste aporte teórico, portanto, estuda-se a ação dos meios de comunicação de massa em propor temas e assuntos a serem debatidos pelas sociedades.

É importante ressaltar que há outras tradições de estudos das escolas de comunicação estadunidense que não se tornaram hegemônicas, mas que fundamentam teoricamente o trabalho de alguns pesquisadores brasileiros. Para citar apenas dois casos, lembramos a visão sociológica e os estudos etnográficos da Escola de Chicago, representada pelo jornalista Robert E. Park (1864-1944). Park ensinou na Universidade de Chicago de 1914 a 1933, tornando-se conhecido por seu trabalho em Ecologia Humana e os estudos sobre os movimentos urbanos, como os relativos aos imigrantes (PARK; BURGESS; MCKENZIE, 1925). Um segundo exemplo é a Escola de Palo Alto, que reuniu representantes de várias áreas do conhecimento, entre eles o antropólogo Gregory Bateson (1904 -1980) com sua concepção orquestral de comunicação (BATESON, 2006).

No contexto do VI Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação, organizado pela Intercom em Foz do Iguaçu em 2014, propõe-se a pergunta: como está o diálogo entre estas duas comunidades de pesquisadores comunicacionais? Em uma tentativa de tecer reflexões sobre a questão, foi realizada uma pesquisa com dez estudiosos da área, que está descrita abaixo.

2. Procedimentos metodológicos

Para levantamento de dados sobre o pensamento comunicacional contemporâneo de ambos países, após revisão de literatura, partiu-se para o levantamento dos dados desta pesquisa qualitativa (LOPES, 2012). A técnica escolhida foi a aplicação de questionário (SEVERINO, 2012), que foi feito em português/inglês. Em seguida, foi criado um formulário para preenchimento digital no *Google Drive*, cuja eficácia foi testada por meio de teste-piloto com um participante em janeiro de 2013. Feitos os ajustes necessários, o questionário foi encaminhado aos pesquisadores. Inicialmente se previa a aplicação em doze indivíduos, divididos em três blocos: 1) Pesquisadores estadunidenses com conhecimento da produção científica brasileira; 2) Pesquisadores brasileiros que atuam como docentes nos Estados Unidos; 3) Pesquisadores brasileiros que realizaram estudos em instituições americanas. O formulário ficou disponível para resposta até dezembro de 2013. Ao final, colheu-se a resposta de quatro pesquisadores estadunidenses, dois brasileiros que atuam como docentes e pesquisadores no cenário comunicacional estadunidense; e quatro docentes de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) nacionais com

parte da formação feita nos EUA. Desta forma, a amostra obtida foi 10 respondentes (N=10).

A participação dos respondentes no estudo foi voluntária, mediante a leitura e adesão de um *Termo de Consentimento Livre e Esclarecido* (TCLE). O Termo de Consentimento firma que os dados poderão ser usados para fins de pesquisa acadêmica e consequente publicação dos resultados em qualquer tipo de mídia, bem como assegura a inexistência de prejuízos para os participantes, uma vez que a resposta não acarreta despesas. Dado o tamanho limitado da amostra, optou-se por manter o sigilo das fontes. Os questionários, identificados por números, estão sob responsabilidade do pesquisador. Esta pesquisa tem apoio da Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), caracterizando-se como um projeto de pesquisa regular no período 2012-2014.

3. Resultados e discussão da pesquisa

O questionário conteve três partes, sendo a primeira relativa aos dados pessoais do pesquisador, a segunda aos questionamentos relativos a conteúdos comunicacionais e a terceira à satisfação em relação à prática profissional. Por uma questão de espaço, este artigo discute os resultados da primeira e segunda partes.

3.1. Perfil do pesquisador³

O perfil dos pesquisadores (P) apresentou as seguintes características: homens (70%), acima de 50 anos (60%) brancos (90%), de religião não definida (50%), casados (80%) e com rendimento de R\$ 100 mil a R\$ 150 mil por ano (40%).

Tabela 1 – Perfil dos Pesquisadores

Variáveis (Variables)	Frequência (Frequency)	Percentual (Percentage)
Sexo (Gender)		
Masculino (Male)	7	70%
Feminino (Female)	3	30%
Idade (Age)		
de 36 a 42 anos (1977 - 1971)	3	30%
de 43 a 49 anos (1970 - 1964)	1	10%
de 50 a 56 anos (1963 - 1957)	2	20%
de 57 a 63 anos (1956 - 1950)	2	20%
acima de 63 anos (abaixo de 1949)	2	20%

³ Como se trata de uma pesquisa qualitativa, os números evidentemente são empregados apenas para ilustrar a noção de grandeza, sem pretensões estatísticas.

Cor ou raça (Race according IBGE)		
Branca (White)	9	90%
Preta (Black)	0	0%
Amarela (Yellow)	0	0%
Indígena (Indigenous)	0	0%
Outra (Other)	1	10%
Religião (Religion)		
Católica (Catholic)	2	20%
Evangélica (Protestant)	2	20%
Espírita (Spiritist)	0	0%
Sem religião (without religion)	1	10%
Outra (Other)	5	50%
Estado Civil		
Solteiro/a (Single)	1	10%
Casado/a (Married)	8	80%
Divorciado/a (Divorced)	0	0%
Desquitado/a (Separated)	0	0%
Viúvo/a (Widower)	0	0%
Outra (Other)	1	10%
Rendimento		
Menos de R\$ 50 mil por ano (under US\$ 25,000 per year)	0	0%
R\$ 50 mil a R\$ 100 mil por ano (from US\$ 25,000 to US\$ 50,000 per year)	0	0%
R\$ 100 mil a R\$ 150 mil por ano (from US\$ 50,000 to US\$ 75,000 per year)	4	40%
R\$ 150 mil a R\$ 200 mil por ano (from US\$ 75,000 to US\$ 100,000 per year)	3	30%
Acima de R\$ 200 mil por ano (over R\$ 100.000 per year)	3	30%
Outro (Other)	0	0%

Fonte: Martinez, 2014.

Deste segmento, destacam-se duas respostas. A primeira refere-se ao único pesquisador, brasileiro, que não se apresentou como branco, identificando-se como "mameluco/cafuzo" – opção não disponível no censo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) no qual o formulário foi inspirado. Sinaliza a consciência e orgulho da característica híbrida do povo brasileiro. Questiona-se também o pressuposto do pesquisador enquanto um indivíduo que privilegia a ciência em relação à fé: 90% dos pesquisadores (de ambos países) professam alguma religião, sendo 40% cristã e 50% outra (os pesquisadores não especificaram no campo aberto qual seria esta opção).

3.2. As diferenças culturais na visão dos respondentes

As respostas apontam as seguintes dissonâncias e convergências culturais⁴:

3.2.1. Padrão comum de formação da nação

(...) Nós temos muitas semelhanças: história nacional de muitos imigrantes que se tornam parte da nação, fortes culturas e dialetos regionais, culturas urbanas e rurais significativas etc. Ao mesmo tempo, ambas culturas são muito mais abertas, flexíveis e acolhedoras que a de sociedades mais tradicionais como a França (Pesquisador 3).

⁴ As respostas em inglês foram traduzidas livremente pela autora e, por uma questão de espaço, não estão exibidas neste artigo, porém encontram-se à disposição mediante consulta.

3.2.2. Força do Protestantismo (EUA)

As bases das diferenças culturais entre o Brasil e os EUA estão ligadas ao seu processo de colonização, tendo a Reforma Protestante como centro do processo, pois permitiu a Reforma nos EUA e no Brasil (e América Central e Latina) foi implantada a Contrarreforma. Isto moldou formas diferentes de sistemas políticos, econômicos e culturais. Lá, implantou-se a democracia com distanciamento do Estado da religião, tendo surgido o conceito de *watch dog role*, onde a sociedade não vê o Estado como sua principal fonte econômica, enquanto no Brasil o modelo europeu amarrou o crescimento e desenvolvimento do país por mais de 350 anos. A cultura do *self entrepreneurship* ali instalada há séculos ainda engatinha por aqui. Todavia, estas não são as únicas razões das diferenças, uma vez que o poderio industrial, econômico e cultural conseguido pelos EUA após a 2a. Guerra Mundial, definiu modelos para praticamente todas as nações do globo. E os países "periféricos" foram robustamente influenciados e dominados pela economia (e cultura) dos EUA. Sua "indústria cultural" se espalhou pelo mundo, atingindo todas as nações, sobretudo as mais frágeis (Pesquisador 5).

3.2.3. Mediações sociais

(...) a cultura dos EUA é mais literal e formal, enquanto a brasileira é mais informal e aberta a interpretações pessoais. Como diria Roberto da Matta, a sociedade brasileira é baseada em "sistemas relacionais" (relações interpessoais, "jeitinho brasileiro") que se contrapõem e dominam os "sistemas formais" que controlam nossos colonizadores europeus e dominam a cultura dos EUA (P4).

(Brasileiro) gosta [de] curtir com a turma e valoriza a família extensiva, em vez do foco na família nuclear [como] nos EUA (P7).

Quanto às diferenças, os dois primeiros que vêm à mente são as formas que os brasileiros e os americanos entendem raça e classe social. (...). Eu diria que os californianos (isto não é verdadeiro para os americanos da Costa Leste) são menos capazes de identificar e compreender as desigualdades criadas pela classe econômica porque os discursos culturais demandam agir como se as fronteiras baseadas em classe pudessem ser facilmente apagadas. (...) Uma coisa que eu adoro ao assistir novelas brasileiras é o tratamento explícito da classe. Isso era especialmente verdadeiro em *Avenida Brasil* e (...) *Salve Jorge* (P3).

3.2.4. Paternalismo político (Brasil)

(...) a autoridade nos negócios é mais centralizada, com a idéia que o líder provê a direção. Nos EUA, muitas vezes entre profissionais, o líder (ou, na escola, a professora/o professor) serve de "guia", facilitando que os alunos/as ou empregados/as ajudem na determinação da direção do seu trabalho (P7).

O individualismo, o respeito à democracia e às instituições republicanas e o orgulho nacionalista foram os aspectos que mais me impressionaram lá. No Brasil temos uma tradição mais coletivista, autoritária, hierárquica e autodepreciativa (P9).

3. 2.5. Tolerância étnica e religiosa

(...) Os brasileiros têm um sentido muito mais fluido de raça que (...) o americano. Acho a concepção brasileira atraente porque tem uma gama de opções de identidade muito mais aberta. (...) Os americanos estão lentamente chegando a termos com as identidades multirracial e multiétnica, mas em geral ainda se tratam de casos especiais (P3).

(...) vejo grandes diferenças no sincretismo religioso do Brasil. Aqui [nos EUA] as coisas são muito divididas em pretas e brancas (P6).

Além destas, um respondente (8) ressaltou que, em sua opinião, há "valor à educação nos EUA" e "não valor à educação (Brasil)". Esta perspectiva é bem interessante, uma vez que a atividade profissional na qual os pesquisadores estão inseridos – o ensino de graduandos e pós-graduandos – acolhe, em alguma medida, o resultado de toda a formação acadêmica provida (ou não) pelos respectivos sistemas educacionais.

3.3. As diferenças dos estudos comunicacionais na visão dos pesquisadores

Os respondentes destacaram diferenças históricas, culturais, teóricas e metodológicas:

3.3.1. Influências históricas

A principal diferença é relacionada à tradição: os EUA têm pesquisa desde o começo do século passado (100 anos) e o Brasil só tem há 50 anos – só aí já há uma diferença brutal. (...) A pesquisa americana é mais formalizada segundo padrões internacionais e a brasileira não está ainda muito sistematizada, não há muito consenso na comunidade científica brasileira (P10).

3.3.2. Influências culturais

Os brasileiros tendem a ser mais versados em línguas e têm um senso maior de história das diferentes literaturas. Os americanos tendem a ter uma formação mais estreita e mais atual simplesmente por causa de seu acesso a revistas e livros (P2).

3.3.3. Diferenças metodológicas

Eu percebo que a pesquisa de comunicação nos EUA usa mais métodos quantitativos, enquanto a pesquisa brasileira usa métodos mais qualitativos e informais (P4).

A pesquisa em comunicação nos EUA é mais empírica – aqui no Brasil é mais especulativa (P10).

Em linhas gerais, uma maior ênfase à pesquisa empírica quantitativa (EUA) e à pesquisa teórica ensaística aqui (P9).

3.3.3. Diferenças teóricas e de linhas de pesquisa

EUA – gama mais ampla de teorias e métodos (...). Muitas escolas de pensamento, ligadas a tradições de investigação específicas: mais fortes são a ciência comportamental, os estudos humanistas de cinema/TV, os estudos culturais, etnográficos, a economia política.

Brasil – faixa mais estreita [de teorias e métodos] com foco em economia política, estudos culturais, humanistas, quase inteiramente qualitativa (P1).

A maior diferença entre os países fica na minha própria área de pesquisas de comunicação interpessoal. Estas incluem pesquisas sobre comunicação face a face, não verbal, retórica (por exemplo os discursos públicos), grupos pequenos de organizações, comunicação organizacional, comunicação intercultural etc. (...) (P7).

Podemos dizer, sinteticamente, que na perspectiva dos pesquisadores o fato de a comunidade comunicacional brasileira ter metade do tempo histórico da estadunidense impacta na produção científica. Neste quesito, nenhum respondente apontou o impacto de o Brasil ter sofrido uma longa ditadura militar (1964-1984), que evidentemente teve relação com o pensamento comunicacional nacional. As observações foram de natureza menos política e mais prática, como a diversidade de matrizes teóricas estadunidense. Observou-se também a diferença na modalidade de pesquisa, com o predomínio, no caso dos Estados Unidos, de métodos quantitativos e empíricos. No caso brasileiro, os pesquisadores destacaram o emprego de métodos qualitativos, usando uma ampla gama de termos para defini-los, como informal, especulativa e pesquisa teórica ensaística.

3.4. Os pontos fortes das pesquisas em Comunicação de cada país

Além de destacar itens como os apontados acima, os respondentes contribuíram com mais algumas distinções:

Brasil: engajamento social, amplitude de perspectivas regionais, originalidade em teoria, a conexão com as teorias europeias, sul da França.

EUA: rigor nos métodos de pesquisa, extensão e profundidade teórica, diversidade de escolas de pensamento, ligações com o Reino Unido e norte da Europa (P1).

Brasil: grande desenvolvimento da pesquisa em comunicação nos últimos 20 anos; mais participação na pesquisa em nível mundial (P4).

Pesquisa aplicada nos EUA e pesquisa com enfoque social no Brasil (P5).

Brasil: crítica aos problemas da globalização, enquanto nos EUA tratam a globalização mais como simples *fait accompli* [fato consumado].

EUA: grandes trabalhos sendo feitos sobre a ecologia da mídia, usos e gratificações e, mais recentemente, enquadramento midiático (P7).

EUA: cultura científica meritocrática (P9).

Nos EUA (...), mais recursos do mercado (...)

No Brasil (...), não há captação de recursos do mercado (P10).

Emerge neste segundo momento, portanto, distinções importantes, como o engajamento social dos pesquisadores brasileiros, a crítica à globalização, bem como a forte conexão teórica da comunidade com o pensamento comunicacional francês. Do lado estadunidense, emergem as ligações teóricas com o Reino Unido e o norte da Europa, a questão da pesquisa aplicada, a cultura meritocrática científica e a diversidade de linhas teóricas. Ressalta-se, pela primeira vez, uma diferença significativa: a relação da pesquisa com o mercado, prática existente nos Estados Unidos, mas incipiente no Brasil.

3.5. Os pontos fracos das pesquisas em Comunicação de cada país

Pesquisadores de ambos países mencionam pontos que percebem vulneráveis nos estudos comunicacionais contemporâneos:

Brasil: (...) esquivia intencional do [método] quantitativo, mesmo quando é o caso [de usá-lo], o nível de qualidade entre escolas é variável, pouco conhecimento da literatura mundial em inglês (P1).

Ambos tenderam a tornarem-se obcecados em fazer da Comunicação uma ciência nos últimos anos, com métricas e predomínio da quantidade de pesquisas sobre a qualidade (P2).

Nos EUA, deveria haver muito mais trabalhos internacionais e comparativos sendo feitos (P3).

EUA: monolinguismo inglês (...)

Brasil: falta de suporte financeiro, abertura para o público estrangeiro é recente (P4).

Brasil: obscurantismo, coleguismo.

EUA: pouca reflexão (P8).

Falta de relação da teoria com a prática nos dois casos – disciplina aplicada que não cumpre sua vocação (P9).

EUA: o ponto fraco é o fechamento (eles fazem e produzem para eles mesmos, não têm visão do todo). O americano conhece mais o condado onde vive do que o mapa do mundo.

O **brasileiro** não é local nem global: é nacional, gosta sobretudo das modas. A pesquisa brasileira é mimetizadora, isto é, não tem identidade ainda, ela é na verdade um espelho da pesquisa francesa, alemã e norte-americana (P10).

Surge, em um dos comentários, a preocupação com o produtivismo da área que atinge ambos países, em seu afã de se consolidar a Comunicação como uma ciência. Também é apontado, por motivos diferentes, o ensimesmamento das comunidades, com o

monolingüismo estadunidense (validado pelo fato de o inglês ser a língua franca científica contemporânea) e a falta de acesso à literatura mundial recente dos brasileiros, provavelmente pela falta do domínio do idioma inglês. No caso brasileiro em particular, bem como no chinês – ambos com comunidades científicas grandes – o pesquisador que não domine o inglês ou métodos quantitativos pode se sentir confortável em casa, sem ser impulsionado para se abrir para o mundo científico estrangeiro ao longo da carreira.

3.6. Potencial de desenvolvimento de projetos conjuntos

Os pesquisadores enfatizam o enorme potencial de desenvolvimento de projetos conjuntos, porém apontam principalmente dois grupos de obstáculos, alinhados a perspectivas pessoais e institucionais.

3.6.1. Obstáculos pessoais

Para mim, o limite principal é financeiro (P2).

Respostas como esta ressaltam a dificuldade dos pesquisadores de ambos países em lidar com a questão do empreendedorismo, uma vez que a captação de recursos é parte integrante do processo de realização da pesquisas. A esta demanda se adicionam todas as demais e mais visíveis funções do profissional, envolvidas em geral com o ensino (aulas, orientações etc). Com a diferença de que, no caso brasileiro, há agências estaduais e federais de fomento, enquanto nos EUA são as próprias instituições de ensino que destinam verba para esta finalidade.

3.6.2. Obstáculos institucionais

Devido a questão financeira, não há pesquisa em conjunto, apenas circunstancialmente, quando há recursos para projetos. Não há verdadeiros intercâmbios entre as universidades (P10).

É mais fácil entrar em projetos multilaterais do que propor projetos bilaterais (P9).

A falta de parcerias institucionais é vista como um dos principais problemas. Embora se note o grande potencial para colaboração, uma vez que Brasil e EUA são grandes produtores de pesquisa nas áreas de comunicação e jornalismo, os pesquisadores ressaltam a falta de mais projetos conjuntos, como simpósios, parcerias internacionais e publicações. Iniciativas como o Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação são mencionadas como exemplos bem-sucedidos.

3.7. Ações concretas para o estreitamento das relações de pesquisa BR-EUA

Na visão dos pesquisadores, algumas medidas práticas podem fomentar a colaboração bilateral. O primeiro obstáculo a a superar seria a barreira do idioma:

Aperfeiçoamento do inglês pelos estudantes e pesquisadores brasileiros. Abertura dos pesquisadores americanos para outras línguas, como espanhol e português (P4).

Convidar mais americanos para vir ao Brasil e participar mais de congressos e publicações de lá (P9).

Pesquisadores do EUA devem submeter trabalhos no Intercom, e brasileiros, no NCA⁵, AEJMC e BEA nos EUA (P7).

(...) mais projetos e conferências conjuntas; mais viagens de intercâmbio acadêmico, mais sérias (P1).

Vinda de pesquisadores dos EUA para períodos de 4 a 6 meses (ou mais), para Programas de Pós-graduação brasileiros. Incremento no envio de pesquisadores brasileiros para universidades de destaque nos EUA (P5).

(...) superar o complexo brasileiro do colonizado. No caso americano, superar o complexo do dominador – o que tem recursos, dinheiro, poder, influência. Os dois devem ser colocados em posição de colaboração e não de troca desigual (P10).

Vencendo a dificuldade inicial do diálogo, dificultada pelo idioma, na visão dos pesquisadores as medidas práticas passam necessariamente pela colaboração por meio de participação em eventos e publicações, bem como em intercâmbio de alunos e pesquisadores. Estes, contudo, precisam ser melhor planejados e de duração maior, de forma a serem realmente mais produtivos.

4. Considerações preliminares

Esta pesquisa qualitativa, que auscultou pesquisadores sêniores de ambos os países com experiência nas tradições comunicacionais do Brasil e dos Estados Unidos, possibilita algumas reflexões que podem contribuir para a compreensão das realidades do campo.

A primeira constatação é relativa a própria trajetória de ambos os países, com suas semelhanças (como a história nacional de terem sido formados por imigrantes de vários povos, o que torna ambas culturas mais abertas do que a de países mais tradicionais, como os europeus) e diferenças (caso do modelo religioso predominante, o protestantismo nos

⁵ Tratam-se de congressos tradicionais da área de comunicação estadunidense. A AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication) celebrou 100 anos em 2012. A NCA (National Communication Association) celebra seu centenário em 2014. Já a BEA (Bookexpo America) é um evento do mercado editorial, que inclui conferências e divulga novos títulos e autores.

EUA e o catolicismo no Brasil, que resultaram em diferentes de sistemas políticos, econômicos e culturais). A colonização por povos diferentes desaguou em culturas diversas, com a brasileira, de matriz ibérica, mais apoiada em sistemas personalistas e relacionais, enquanto a estadunidense, de essência anglo-saxã, firma-se em sistemas institucionais mais formalizados. Devido à sua gênese, os sistemas brasileiros são entendidos como mais autoritários e centralizados, enquanto os estadunidenses como mais participativos. É chamada a atenção também para o fato dos Estados Unidos serem a principal potência econômica mundial, o que aumenta o impacto de todas suas indústrias, a científica inclusa.

A segunda constatação é a história da comunicação desfrutada pelos respectivos países. Nos EUA, a comunidade existe há mais de um século, sendo, portanto, vista como mais institucionalizada e formal. Segundo os pesquisadores, isto faz com que as normas vigentes sejam mais consistentes e constantes, uma vez que endossadas pela própria comunidade científica há mais tempo. No caso brasileiro, com sua comunidade científica mais jovem, este processo de institucionalização é visto como em curso, apresentando um *boom* nos últimos 20 anos.

No caso brasileiro, nota-se o referencial teórico com influência europeia, marcadamente francesa, e pesquisas engajadas socialmente. Já os estudos estadunidenses primariam pela diversidade de escolas de pensamento, em geral em conexão com o Reino Unido e norte da Europa, bem como pela metodologia, rigorosa e quantitativa. Os pesquisadores destacaram o emprego de métodos qualitativos no Brasil, recorrendo a uma ampla gama de termos para defini-lo, como informal, especulativo, teórico e ensaístico. Esta tradição qualitativa teria seu aspecto positivo, pelo seu potencial de reflexão – o que muitas vezes é visto como um entrave nas pesquisas quantitativas.

Ressalta-se, também, um aspecto importante e muito debatido na comunidade científica como um todo devido às suas implicações éticas: a relação da captação de fundos para pesquisa junto ao mercado por meio de pesquisas aplicadas, prática existente nos Estados Unidos e incipiente no Brasil.

Os pesquisadores apontam, igualmente, a preocupação com o produtivismo que atinge ambos países, que pode estar fazendo com que a quantidade prevaleça sobre a qualidade. Também é visualizado, por motivos diferentes, o ensimesmamento de ambas comunidades, com o monolinguismo estadunidense (validado pelo fato de o inglês ser a língua franca científica contemporânea) e a falta de acesso à literatura mundial recente dos brasileiros, provavelmente pela falta do domínio do idioma inglês. No caso brasileiro em

particular, devido ao porte da comunidade científica doméstica, o pesquisador que não domine o inglês pode sentir pouca necessidade de se abrir para o mundo científico estrangeiro ao longo da carreira.

Embora reconheçam iniciativas individuais, os pesquisadores enfatizam a falta de parcerias institucionais, uma vez que ambos países são grandes produtores de pesquisa nas áreas de comunicação e jornalismo, registrando a falta de mais projetos conjuntos, como simpósios, parcerias internacionais e publicações. Iniciativas como o Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação da Intercom são apontadas como exemplos bem-sucedidos a serem seguidos. Vencer a barreira da linguagem, incrementar a participação em eventos e publicações, bem como planejar intercâmbio de alunos e pesquisadores de prazo maior, com objetos mais concretos e produtivos, são sugestões para estreitar as relações.

Como bem analisa um participante, talvez tenha chegado a hora de o Brasil passar a sentir orgulho de suas características, como a tolerância étnica e religiosa, e superar seu complexo do colonizado, aceitando seus limites e propondo-se seriamente a lidar com eles na medida do possível. No caso americano, a própria economia mundial e seu impacto doméstico nos últimos anos podem estar propiciando o saudável desinflar do ego nacional, como um país que tem recursos e, graças a ele, poder e influência. Afinal, a verdadeira colaboração e diálogo são possíveis quando ambos os lados se colocam numa posição de parceria – mesmo que, como qualquer ser humano, sejam únicos a seu modo.

Referências

ARAUJO, Carlos Alberto. “A pesquisa norte-americana”. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001, p. 119-130.

BAITELLO JÚNIOR, Norval. “Corpo e Imagem: Comunicação, Ambientes e Vínculos”. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus, 2008, p. 95-112.

BATESON, Gregory. **Uma unidade sagrada** – pasos ulteriores hacia una ecologia de La mente. Barcelona: Gedisa, 2006, 445p.

COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e 'cultura de massa' nessa sociedade. 4. ed. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1978. 407 p.

HOHLFELDT, Antonio. “As origens antigas: a comunicação e as civilizações”. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz Cláudio; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001, p. 61-98.

LIMA, Venício de Arthur. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001. 365p.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 11. ed. São Paulo: Loyola, 2012. 172 p.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 286 p.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009. 237 p. (Clássicos da Comunicação Social).

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir: a função social da universidade e os obstáculos para a sua realização**. Florianópolis: Insular, 2012. 264 p.

MELO, José Marques de. **Jornalismo made in USA: olhar brasileiro (100 anos de pós-graduação e pesquisa)**. São Paulo: Intercom, 2012. 315 p.

_____. Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de folkcomunicação no Brasil. **Revista Latina de Comunicación Social**, Ilhas Canárias (ES), v. 2, n. 21, p.1-7, 21 set. 1999. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/46beltrao.htm>>. Acesso em: 30 jun 2014.

MORAIS, Osvando J. de; LAURINDO, Roseméri; JACONI, Sônia (Orgs.). **EntreNações e inter-relações: Marques de Melo e a comunicação em diálogos**. São Paulo: Intercom, 2013. 266 p.

PARK, R.; MCKENZIE, R. D.; BURGUESS, Ernest. **The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment**. Chicago: University of Chicago Press, 1925.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p.