

# XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Londrina, Paraná, 2 a 8 de setembro de 1996

## POLÍTICAS REGIONAIS DE COMUNICAÇÃO: OS DESAFIOS DO MERCOSUL

- XIX Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
- VII Encontro Nacional dos GT's de Ciências da Comunicação
- I Colóquio Brasil-Dinamarca de Ciências da Comunicação
- I Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação
- I Encontro de Ensino e Pesquisa da Comunicação no Mercosul
- V ENDOCOM - Encontro Nacional de Documentação em Comunicação
- II Seminário Sobre as Tecnologias da Pesquisa de Comunicação nos Cursos de Pós-Graduação
- Prêmio Intercom
- V Jornada de Iniciação Científica
- III Expocom - Pesquisa Experimental em Comunicação
- Workshop Brasil-França

Promoção: UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA  
Apoio: CNPq, Finep, Fapesp, Capes

INTERCOM 96

INTERCOM - REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO - VOL. XVIII - Nº 2

ISSN 0102-6453

# INTERCOM

Revista Brasileira de Comunicação

São Paulo, Vol. XVIII, nº 2, Julho/Dezembro de 1995.

## Comunicação intercultural e modernidade

Modernidad, postmodernidad, modernidades: discursos sobre la crisis y la diferencia

*Jesús Martín-Barbero*

A pesquisa nas escolas de comunicação

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Como as telenovelas servem para articular culturas híbridas no Brasil contemporâneo

*Thomas Tufte*

A comunicação intercultural e o signo estético de uma utopia

*Linda Bulik*

Programa de Apoio a Publicações Científicas

SCTPR CNPq FINEP



## DIRETORIA EXECUTIVA

(biênio 95/97)

*Presidente* - Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP)

*Vice-presidente* - César Ricardo Siqueira Bolaño (UFS)

*Tesoureiro* - Fernando Ferreira de Almeida (Unimep)

*Segunda Tesoureira* - Fátima Feliciano (OESP)

*Primeira Secretária* - Maria de Fátima da Silva (Unitau)

*Segunda Secretária* - Fabíola Imaculada de Oliveira (Inpe)

*Diretora Científica* - Ada de Freitas Manetti Dencker (Unip)

*Diretora Cultural* - Cláudia Peixoto de Moura (PUC/RS)

*Diretor Editorial* - J.B. Pinho (UFV/MG)

*Diretora de Documentação* - Dinah Aguiar Población (USP)

*Diretora de Relações Internacionais* - Margarida Maria Krohling Kunsch (USP)

## CONSELHO FISCAL

Gérson Luís Martins (UCDB/MS)

José Geraldo Fernandes de Araújo (UFV/MG)

Cicília Maria Krohling Peruzzo (UFES)

Paulo Rogério Tarsitano (IMS)

Róbson Monteiro (Unitau)

## CONSELHO CONSULTIVO

*Membros natos (ex-presidentes):*

Adolpho Carlos Françoso Queiroz

Anamaria Fadul

Francisco Gaudêncio Torquato

José Marques de Melo

Manuel Carlos da Conceição Chaparro

Margarida Maria Krohling Kunsch

*Representantes regionais:*

Sérgio Caparelli (UFRGS)

Christa Berger Kuschiak (UFRGS)

Maria Salett Tauk dos Santos (UFRPE)

José Salomão David Amorim (UCB)

Virgílio Noya Pinto (USP)

Oswaldo Trigueiro (UFPB)

Dirceu Fernandes Lopes (USP/UNISANTOS)

Walmir Albuquerque Barbosa (UFAM)

## COORDENADORES DE GRUPOS DE TRABALHO

*Cinema e Vídeo:* José Tavares de Barros

(UFMG); *Ensino de Comunicação:*

Adolpho Queiroz (Unimep); *Jornalismo:*

Paulo Roberto Botão (Unimep); *Produção*

*Editorial:* Aníbal Francisco Alves

Bragança (UFF); *Propaganda:* Carmem

Silvia Rial (UFSC); *Rádio:* Nélia

Rodrigues del Bianco (UnB); *Relações*

*Públicas:* Ivone de Lourdes Oliveira

(UFMG); *Semiótica:* Maria Lúcia

Santaella Braga (PUC/SP); *Televisão:*

Sérgio Augusto Soares Matos (UFBA);

*Teoria da Comunicação:* Ana Carolina

Escosteguy (PUC/RS); *Comunicação e*

*Ciência:* Isaltina Maria de Azevedo

Melo (UFPE); *Comunicação e Cultura*

*Popular:* Christa Berger (UFRGS);

*Comunicação e Educação:* José Manuel

Morán Costa (USP); *Comunicação e*

*Mulher:* Dulcília Buitoni (USP);

*Comunicação e Recepção:* Nilda Jacla

(UFRGS); *Comunicação e Religião:*

Nivaldo Pessinatti (Unisal); *Comunica-*

*ção Organizacional:* Margarida Maria

Krohling Kunsch (USP); *Comunicação*

*Rural:* Ângelo Brás Fernandes Callou,

(UFRPE); *Economia das Comunica-*

*ções:* Alain Herscovici (UFES); *Ficção*

*Televisiva Seriada:* Anamaria Fadul

(USP); *História da Comunicação:* Alice

Mitika Koshiyama (USP); *Humor e*

*Quadrinhos:* Flávio Mário de Alcântara

Calazans (Unesp/IMS); *Imagário*

*Infantil:* Elza Dias Pacheco (USP);

*Políticas de Comunicação:* Carlos

Alberto Muller (UnB).

A Sociedade Brasileira de Estudos

Interdisciplinares da Comunicação,

Intercom, é uma associação científica

sem fins lucrativos, fundada em São

Paulo em 12 de dezembro de 1977.

Instituição de utilidade pública

reconhecida pela Lei Municipal 28.135/

89. Participa da rede nacional de

sociedades científicas capitaneada pela

SBPC, Sociedade Brasileira para o

Progresso da Ciência. Está integrada às

redes internacionais de ciências da

comunicação como entidade associada

à ALAIC, Asociación Latinoamericana

de Investigadores de la Comunicación,

IAMCR, International Association for

Mass Communication Research; e IFCIA,

International Federation of

Communication Associations.

**INTERCOM-RBC**

**Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues,**

**443, bloco A, sala 1, Cidade**

**Universitária, São Paulo-SP, CEP**

**05508-900**

# SUMÁRIO

**5** Expediente/Normas para publicação

**9** Aos leitores

## Artigos

**12** Modernidad, postmodernidad, modernidades: discursos sobre la crisis y la diferencia (*Jesús Martín-Barbero*)

**34** Como as telenovelas servem para articular culturas híbridas no Brasil contemporâneo (*Thomas Tuftte/Universidade de Copenhague*)

**54** A pesquisa nas escolas de comunicação (*Maria Immacolata Vassallo de Lopes/Universidade de São Paulo*)

**68** A comunicação intercultural e o signo estético de uma utopia (*Linda Bulik/Universidade Estadual de Londrina*)

## Comunicações científicas

**84** Senhores da memória (*Marialva Barbosa/Universidade Federal Fluminense*)

**102** A reforma dos sistemas nacionais de telecomunicações: globalização e pressões para mudança (*Márcio Wohlers de Almeida/Universidade Estadual de Campinas*)

**124** As imagens do global: processos de globalização e mundialização nos telejornais do Brasil e do Peru (*Mario F. Gutierrez O./Universidade de Lima*)

## Comentários

**148** Grupos de pesquisa em comunicação (*José Marques de Melo/Instituto Metodista de Ensino Superior*)

**153** Festejos juninos e os ritos de origem agrária (*Oswaldo Meira Trigueiro*)

INTERCOM	São Paulo	Vol. XVIII	nº 2	Jul./Dez.	1995
Rev. Bras. de Com.					



- 157 ICA, comunicação e realidade (Luiz Roberto Alves/  
*Universidade de São Paulo*)

### Resenhas

- 162 Telenovela e publicidade (Rita Olivieri/*Universidade Estadual de Feira de Santana*)
- 166 NP satisfaz necessidades instintivas do leitor (Jackson da Silva Barbosa/*Instituto Metodista de Ensino Superior*)
- 168 O ideal de um mundo sem fronteiras (Simone Antoniacci Tuzzo/*Instituto Metodista de Ensino Superior*)
- 171 O Projeto Folha e a navegação do quarto poder (Maria T. Ferraz Negrão de Mello/*Universidade de Brasília*)
- 173 "As transformações do jornalismo empresarial da década de 80 aos nossos dias" (Elizabeth Saad Corrêa/*Universidade de São Paulo*)
- 174 Radios livres como exemplo de democratização nos meios de comunicação (Sandra Sueli Garcia de Souza/*Instituto Metodista de Ensino Superior*)
- 176 "No abismo das coisas" (Priscila Siqueira Kuperman/*Universidade Federal do Rio de Janeiro*)
- 178 "A cidade das revistas" (Aldo de Albuquerque Barreto/*Universidade Federal do Rio de Janeiro*)

### Noticiário

- 182 Pesquisa do mercado de trabalho mobiliza escolas de comunicação de todo o Brasil (Maria Immacolata Vassallo de Lopes/*Universidade de São Paulo*)

### Bibliografia

- 188 Bibliografia corrente de comunicação nº 64

## INTERCOM - REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

São Paulo, ano XVIII, nº 2, 1995

Publicação semestral editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom - e apoiada pelo Programa de Publicações Científicas CNPq/Finep do Ministério da Ciência e Tecnologia. Integrante da Rede Ibero-Americana de Revistas de Comunicação e Cultura. Indexada pelo PORTCOM/Portdata (Brasil), pelo CENEDIC (México) e pelo IFCA/Indicator (Canadá).

### Diretor Responsável

J.B. Pinho; Universidade Federal de Viçosa

### Editor

Adolpho Queiroz; Universidade Metodista de Piracicaba

### Editores Associados

Sérgio Caparelli; Universidade Federal do Rio Grande do Sul (artigos)

Dinah Aguiar Población; Universidade de São Paulo (bibliografia)

Eron Brum; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (comunicações científicas)

José Carlos Maziero; Instituto Metodista de Ensino Superior (comentários)

Maria das Graças Targino M. Guedes; Universidade Federal do Piauí (resenha de livros)

Ofelia Elisa Torres Morales; Universidade de São Paulo (resenha de teses)

Sônia Virgínia Moreira; Universidade do Estado do Rio de Janeiro (internacional)

### Produção Editorial

Marcelo J.A. Lopes; Universidade de São Paulo

### Conselho Editorial

Presidente: José Marques de Melo (Instituto Metodista de Ensino Superior)

Membros: Antônio Albino Canelas Rubin (Universidade Federal da Bahia),

Anamaria Fadul (Universidade de São Paulo), Ana Arruda Callado

(Universidade Federal do Rio de Janeiro), Anibal Ford (Universidade

Nacional de Buenos Aires), Arlindo Machado (Pontifícia Universidade

Católica de São Paulo), Bernard Miège (Universidade de Grenoble - França),

Carlos Alberto Di Franco (Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero),

Carlos Eduardo Lins da Silva (Universidade de Georgetown - EUA), César

Ricardo Siqueira Bolaño (Universidade Federal de Sergipe), Cíclia Maria

Krohling Peruzzo (Universidade Federal do Espírito Santo), Dov Shinnar

(Nova Escola de Estudos de Mídia - Israel), Eduardo Medistch (Universidade

Federal de Santa Catarina), Eduardo Rebollo (Universidade Católica do

Uruguai), Geraldo Magela Braga (Universidade Federal de Viçosa), Ismail

Xavier (Universidade de São Paulo), Joseph Straubhaar (Universidade

Estadual de Michigan - EUA), Jesus Martín Barbero (Universidade de Cali

- Colômbia), John Sinclair (Universidade de Victoria - Austrália), José

Martínez Terrero (Universidade Gregoriana - Itália), José Roberto Whitaker

INTERCOM - Rev. Bras. de Com., S. Paulo, Vol. XVIII, nº 2, pág. 5-8, jul./dez. 1995



Penteado Filho (Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro), Linda Bulik (Universidade Estadual de Londrina), Lucia Castellon (Universidade Diego Portales - Chile), Luis Nuñez (Felafacs), Luis Peirano (Alaic), Marcius Freire (Universidade Estadual de Campinas), Marco Antonio Batan (Universidade Católica de Santos), Margarida Maria Krohling Kunsch (Universidade de São Paulo), Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Universidade de São Paulo), Maria Aparecida Baccega (Universidade de São Paulo), Mário Mesquita (Universidade de Coimbra - Portugal), Marisa Lajolo (Universidade Estadual de Campinas), Massimo Cavenacci (Istituto Sapienza - Roma), Miguel Ângelo da Silveira (Empresa Brasileira da Pesquisa Agropecuária), Paulo Bernardo (Universidade Federal de Minas Gerais), Pedro Gilberto Gomes (Universidade do Vale dos Sinos), Pierre Fayard (Universidade de Poitiers - França), Raúl Fuentes Navarro (ITESO - México), Sérgio Caparelli (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Tereza Lúcia Halliday (Universidade Federal Rural de Pernambuco), Thomas Tufte (Universidade de Copenhague - Dinamarca), Walmir Albuquerque Barbosa (Universidade do Amazonas).

#### **Revisão**

Adolpho Queiroz e J.B. Pinho

#### **Impressão**

Jard Produções Gráficas Ltda. (Rua Arthur Bernardes, 43 - Viçosa, MG - Tel.: (031) 891-1780).

#### **NORMAS PARA PUBLICAÇÃO**

As matérias devem ser encaminhadas em disquete de 3,5", configuradas no programa Word for Windows 2.0 (Microsoft), acompanhadas de cinco cópias datilogradas (laudas de 20 linhas com 70 toques), dentro das seguintes categorias:

- 1 Relatos de pesquisa - textos com dimensão variável entre quinze e vinte páginas (21 mil a 28 mil caracteres), contendo descrição da pesquisa, metodologia, análise dos resultados e conclusões;
- 2 Artigos - textos com dimensão variável entre quinze e vinte páginas (21 mil a 28 mil caracteres), contendo análise, reflexão e conclusão sobre temas acadêmicos ou profissionais;
- 3 Comentários - textos com dimensão variável entre cinco e dez páginas (7 mil a 14 mil caracteres), contendo apreciações e debate sobre questões da atualidade comunicacional;
- 4 Resenhas - textos com dimensão variável entre três e cinco páginas (4.200 a 7.000 caracteres), contendo o registro e a crítica de obras, livros, teses, monografias etc., publicadas recentemente.

Os originais das categorias (1) e (2) devem ser encaminhados já revisados e acompanhados de um resumo de no máximo 5 linhas (350 caracteres) em português, espanhol e inglês, com a indicação de palavras-chave, além de pequena biografia do autor (5 linhas).

Eventuais tabelas que acompanhem as matérias devem ser enviadas

em arquivo separado do texto, configurado no programa Microsoft Excel 4.0. Neste caso, o texto deverá conter a indicação de onde as tabelas devem ser inseridas. Devido ao tamanho limitado da página da revista, as tabelas não poderão ser demasiadamente extensas. Pede-se aos autores, portanto, que tenham bom senso na hora de confeccioná-las.

As colaborações devem necessariamente ser inéditas e destinadas exclusivamente a INTERCOM-RBC, tratando de assuntos vinculados ao universo da comunicação social, o que pressupõe também análise interdisciplinar. A decisão final sobre a publicação dependerá de parecer emitido por três membros do Conselho Editorial cabendo a seleção final ao comitê de redação.

As matérias devem ser encaminhadas à Revista Brasileira de Comunicação - INTERCOM - Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, Bl. A, sala 1 - CEP 05508-900 - Cidade Universitária - São Paulo, SP, Brasil.

#### **NORMAS PARA LA PUBLICACIÓN**

Se comunica que todos los trabajos deben ser elaborados en un disket de 3.5" dentro del programa de Word for Windows 2.0 (Microsoft) y acompañados de cinco copias mecanografiadas (de 20 líneas y 70 toques en cada hoja), dentro de las siguientes categorías:

- 1 Relatos de investigación - deben ser textos de una extensión entre quince e veinte páginas (de 21 mil a 28 mil caracteres). Contenido: descripción de la investigación, metodología, análisis de los resultados y conclusiones.
- 2 Artículos - deben ser textos de una extensión entre quince y veinte páginas (de 21 mil a 28 mil caracteres). Contenido: análisis, reflexión y conclusión sobre temas académicos o profesionales.
- 3 Comentarios - deben ser textos de una extensión entre cinco e diez páginas (de 7 mil a 14 mil caracteres). Contenido: apreciación y debate sobre las cuestiones de la actualidad comunicacional.
- 4 Reseñas - deben ser textos de una extensión entre tres y cinco páginas (de 4,200 a 7,000 caracteres). Contenido: registro y crítica de obras, libros, monografías, tesis etc., publicadas recientemente.

Los originales de las dos primeras categorías (1 y 2) deben enviarse ya revisados y adjuntando una síntesis del trabajo en no más de cinco líneas (350 caracteres) escrita en portugués, español e inglés, con la indicación de las palabras-claves y una pequeña biografía del autor sintetizada en cinco líneas.

Los posibles cuadros, gráficas, tabulaciones propias del trabajo, deben ser enviadas en un archivo separado del texto y configuradas en el programa Excel 4.0 (Microsoft). En este caso, se deberá indicar en el texto su lugar preciso donde deben ir colocadas. Se les pide que dado el tamaño limitado de la revista, traten de confeccionar las gráficas con una dimensión regular y visible, evitando que sean demasiado grandes.

Las colaboraciones deben ser necesariamente originales y destinadas exclusivamente a Intercom-RBC, avocados sobre asuntos



vinculados al universo de la comunicación social y a un análisis interdisciplinar. La decisión final sobre la publicación dependerá del veredicto emitido por tres miembros del Consejo Editorial recayendo la responsabilidad final al Comité de Redacción.

Los trabajos deben ser enviados a la Revista Brasileira de Comunicação - Intercom - Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, Bl. A - sala 1 - CEP 05508-900 - Cidade Universitária - São Paulo, SP, Brasil.

#### RULES FOR PUBLISHING

Work must be recorded in 3½in. diskette configured under Word for Windows 2.0 (Microsoft), as well as five (5) typed copies (pages of 20 lines/70 strokes), following the categories below:

- 1 Research reports - texts may have fifteen to twenty pages (21,000 to 28,000 characters). It should contain research description, methodology, result analysis and conclusions.
- 2 Articles - texts may have fifteen to twenty pages (21,000 to 28,000 characters). It should contain analysis, reflection and conclusions about academic or professional themes.
- 3 Comments - texts may have five to ten pages (7,000 to 14,000 characters). It should contain opinions and debates about present communicational matters.
- 4 Reviews - texts may have three to five pages (4,200 to 7,000 characters). It should contain record and review of pieces of work, books, thesis, monographs etc. recently published.

Categories (1) and (2) originals must be revised before sending and must have a summary of about 5 lines (350 characters) in Portuguese, Spanish and English, having key-word indicated, besides author biography (5 lines).

Any tables included in the work should be in a separated file, configured under Microsoft Excel 4.0. In such case, there must be an indication where to place them in the text. Due the limited page space, tables can not be too long. Thus, we ask the authors to pay attention to that when designing such tables.

Work sent has to be unpublished and aimed only to Intercom-RBC. Subjects must deal about the social communication universe, taking for granted an interdisciplinary analysis. Final decision about publishing will depend on three Editorial Board member's opinions, and the editorial staff will do final selection.

Work should be sent to Revista Brasileira de Comunicação - Intercom - Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bl. A - sala 1 - CEP 05508-900 - Cidade Universitária - São Paulo, SP, Brazil.

# AOS LEITORES

A Revista Brasileira de Comunicação entra numa nova fase, com a recomposição do seu corpo editorial realizada durante o nosso 18º Congresso anual em 1995, ampliando seu corpo de editores associados, reconstituindo seu conselho editorial - agora sob a presidência do prof. José Marques de Melo - e produzindo algumas modificações na sua apresentação.

Referência importante para os pesquisadores brasileiros e latino-americanos, especialmente, e circulando internacionalmente em centros de pesquisa, ensino, pós-graduação e associações internacionais, a revista tem contribuído decisivamente para que a produção científica nacional e internacional sejam divulgadas e debatidas.

O apoio da Finep, Financiadora de Estudos e Projetos, órgão ligado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, tem sido importante para que nossos sócios e as bibliotecas do Brasil, da América Latina e dos outros continentes recebam periodicamente nossa publicação.

Cabe à sociedade científica brasileira ligada ao campo das ciências da comunicação, continuar contribuindo para a difusão das idéias, a revela-

ção de novos talentos e a discussão permanente no nosso campo.

Nesta edição, pesquisadores experientes e consagrados como Jesus Martín Barbero, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Thomas Tufte e Linda Bulik, recém chegada da França, submetem suas idéias ao saudável diálogo com os cientistas.

Voltar a ter uma periodicidade regular da revista, este é um dos desafios do novo grupo que assume a RBC. Contamos com o apoio dos colegas, para que continuem enviando seus artigos, comunicações científicas, comentários e resenhas. Desta maneira, a nossa revista continuará sendo uma referência nacional e internacional.

# ARTIGOS

---



(reportagem inventada, fictícia) ocorre com muita frequência. Mesmo assim, *Notícias Populares* é vendida de maneira sensacional. "O leitor é logrado, porque compra jornalismo, mas recebe em troca literatura popular, maquiada e vendida para se passar por jornalismo".

## O ideal de um mundo sem fronteiras

SIMONE ANTONIACI TUZZO  
(Instituto Metodista de Ensino Superior)

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. 234 p.

"Na virada do século percebemos que os homens encontram-se interligados, independentemente de suas vontades. Somos todos cidadãos mundiais, mesmo quando não nos deslocamos, o que significa dizer que o mundo chegou até nós, penetrou nosso cotidiano." Este trecho é parte da introdução do livro *Mundialização e Cultura*. O autor se declara um observador do mundo, escrevendo um livro que trata da temática cultural no contexto da sociedade global, trata de uma cultura de consumo. O autor se situa como o leitor, perpassado por uma vivência mundializada. Marlboro, Euro Disney, fast-food, Hollywood, chocolates, aviões, computadores, são os traços evidentes de uma presença

envolvente que invade nossas vidas, nos constringe, ou nos liberta, fazendo parte da mobília de nosso dia-a-dia.

Na visão do autor, contudo, por mais que o mundo se torne único, é difícil aceitar o mundo como uma "aldeia global". Entre os homens que se comunicam nessa aldeia, existem fatores externos que os afastam de ideais comuns. A globalização ainda é um processo em construção.

O próprio conceito de sociedade global tem um passado revelador. Cunhado por Gurvitch em 1950, tem a ambição de compreender os fenômenos sociais totais que englobam e ultrapassam os grupos, as classes sociais, e até mesmo os Estados, contudo não abarca o planeta como um todo. Da mesma forma Braudel em seu livro *O Mundo Atual: História e Civilizações*, nos apresenta a Terra como um conjunto de civilizações geograficamente dis-

persas, onde cada espaço é marcado por valores particulares, o mundo seria um mosaico, composto por elementos interligados, mas independentes uns dos outros.

Wilbert Moore, em seu texto de literatura sociológica *Sociologia global: o mundo como um sistema singular*, publicado em 1966 reivindica uma abordagem da sociologia abrangendo o globo terrestre. A extensão territorial, reduzida antes às sociedades nacionais, pode assim se prolongar no interior de um espaço mais amplo. O mundo torna-se um "supersistema", englobando outros "sistemas" menores, em tamanho e complexidade.

A rigor, os estudos sobre o mundo como sistema se iniciam apenas em meados dos anos 70. Neste movimento de reformulação das idéias Immanuel Vallerstein terá um papel de destaque. Seu livro *O moderno sistema mundial*, lança as bases de uma história sistêmica do capitalismo. Sua crítica ao Estado-Nação como unidade de análise abre a perspectiva de se pensar o movimento concreto de estruturação do mundo. "World-System" torna-se assim uma categoria analítica para se dar conta da totalidade envolvente.

Se por um lado o paradigma do "World-System" faz avançar o pensamento, por outro, ele não deixa de trazer problemas que, ignorados, podem nos levar a impasses.

Não podemos estudar as manifestações políticas e culturais sem considerar a evolução do capitalismo. Alguns autores trazem o capitalismo como mola propulsora das transformações modernas.

No âmbito comunicacional temos como exemplo a visão de McLuhan, que ao conceber a sociedade como um sistema, pode estender o conceito para a territorialidade mundial, a sociedade moderna é uma sociedade mundial no duplo sentido. Ela vincula um mundo a um sistema, e ela integra todos os horizontes mundiais como horizontes de um único sistema comunicativo.

A pergunta que podemos fazer é a seguinte: O mundo é realmente "sistêmico"? Será que realmente o "quarto" ou "terceiro" mundo se integram ao mercado mundial?

Vivemos hoje uma realidade na qual teria ocorrido uma estandarização dos produtos consumidos em escala mundial, homogeneizando de maneira irrevogável nossas necessidades. Isso se deve em boa medida ao industrialismo que penetra a própria esfera cultural. A fabricação industrial da cultura e a existência de um mercado mundial exigem uma padronização dos produtos.

Neste sentido, para citar um exemplo, o autor trata da cultura alimentar, desde suas formas mais tradicionais até o moderno fast-food,



desenvolvido nos anos 40 nos EUA, implicando em adaptações do menu para algo rápido, padronizado, de fácil atendimento. Aliás, no mundo moderno, o tempo é uma função da inter-relação de um conjunto de atividades, entre elas: morar, vestir, fazer compras, passear e trabalhar. Adaptar-se ou não a seu ritmo passa a ser uma questão fundamental. "Perder tempo" significa estar em descompasso com a ordem das coisas.

Assim, quando o McDonald's "migra" para outros países, não devemos compreendê-lo como um "traço cultural" que se impõe à revelia dos valores autóctones. Ele exprime a face interna da modernidade-mundo.

O autor observa que conceito de imperialismo cultural restringe a compreensão da mundialização. As cópias dos padrões americanos para o resto do mundo nada mais são que uma desterritorialização, cada local vai se "esvaziando" de seus conteúdos particulares para dar vez aos "locais anônimos", "serializados", capaz de acolher qualquer transeunte e fazê-lo sentir-se em casa, onde quer que esteja. Podemos ter, no entanto, uma outra leitura da mesma situação, se conside-

rarmos não uma "esvazição" do mundo, mas ao contrário, com as transformações tecnológicas ele estaria "mais cheio". A velocidade das técnicas leva a uma unificação de espaço, fazendo com que lugares se globalizem.

Por fim, do ponto de vista de uma civilização mundial, as nações deixam de se constituir em espaços hegemônicos de coesão social. A mundialidade começa a superá-las. Por isso, a divisão entre "primeiro" e "terceiro" mundo torna-se inadequada. Essa dicotomia nada mais é que uma suposta centralização. Um país pertence ao "primeiro" conjunto quando preenche determinados critérios, e ao "terceiro" se existem insuficiências nesse preenchimento.

Porém, apesar do desenvolvimento espetacular das tecnologias, não devemos imaginar que vivemos em um mundo sem fronteiras, como se o espaço estivesse definitivamente superado pela velocidade do tempo. A modernidade rompe com a geografia tradicional, se a diferença entre "primeiro" e "terceiro" mundo é diluída, outras surgem no seu interior, agrupando ou excluindo pessoas. O mais importante de tudo é termos em mente o profundo significado do termo "adaptação".

## TESES

### "O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder"

MARIA T. FERRAZ NEGRÃO DE MELLO  
(Universidade de Brasília)

NOVELLI, Ana Lúcia C.R. *O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1995.

A década de implantação do Projeto Folha, balizada no período 1984-94, bem como seus antecedentes, que remontam ao final dos anos 70, é o percurso retomado por Ana Lúcia Novelli em sua dissertação de mestrado, *O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder*.

A partir de um "corpus" constituído de documentos produzidos pelo Conselho Editorial, Direção da Redação, matérias veiculadas pela *Folha* no período e depoimentos de jornalistas contemporâneos à implantação, a autora encontra neste empírico o suporte necessário para a construção do seu objeto.

Consistentes, suas análises resultam, certamente, de dois atributos fundamentais: uma hipótese de

trabalho bem formulada e um pertinente referencial teórico que perpassa os quatro capítulos que compõem a dissertação.

Quanto ao primeiro atributo acima aludido, vale a pena transcrever um fragmento do texto original onde a autora encaminha a hipótese:

"... quando o jornal, no caso a *Folha de S. Paulo*, exclui a sociedade de seu objetivo final e centra seu interesse exclusivamente no leitor, ao invés de prestar um serviço público, ele utiliza seu caráter de 'instrumento público' para atender a interesses privados de informação..." (p. 13).

Na esteira desta afirmação a autora ingressa em reflexões sobre a ruptura do "contrato" firmado com a sociedade como um todo, quando um órgão da imprensa opta por esse tipo de jornalismo, como o fez a *Folha de S. Paulo*.

No segundo atributo aqui destacado, tal seja a escolha do



# UM PAÍS É LIVRE QUANDO O SERVIÇO NACIONAL DE INFORMAÇÕES É A BANCA DA ESQUINA.

É fácil reconhecer uma nação civilizada.  
É um lugar onde qualquer um pode comprar  
sua liberdade na banca mais próxima.

**IMPrensa**  
jornalismo e comunicação

Execução: **JARD**  
Rua Arthur Bernardes, 43 - Fone: (031) 891-1780  
36570-000 - Viçosa - Minas Gerais