

## PPGCOM DA UFRJ Uma trajetória de 40 anos

---

A publicação deste número parte de uma comemoração. Em 1973, foi criado o Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. A iniciativa, liderada por Emmanuel Carneiro Leão, contou com o apoio de Muniz Sodré e Márcio Tavares D'Amaral. O então diretor da Escola de Comunicação da UFRJ, José Simeão Leal, incentivou amplamente os colegas para a constituição de um curso inovador. Tomando a comunicação e suas tecnologias como centrais para a reflexão acerca da cultura, da arte, do sujeito, da linguagem, da verdade e da realidade, Carneiro Leão, Sodré e Tavares D'Amaral implantaram um curso com forte caráter interdisciplinar, tendo com a Filosofia, a Psicanálise, a Semiologia e a Literatura intensos diálogos. O segundo curso de mestrado em Comunicação no Brasil (tornado Programa de Pós-Graduação em 1983, quando houve a criação do doutorado) se caracterizava pelo forte viés filosófico. Carneiro Leão foi aluno de Martin Heidegger, com quem aprendeu a pensar sobre o sentido do ser em relação à predominância da técnica nas sociedades contemporâneas. Muniz Sodré cursou mestrado na Sorbonne, nos intensos anos de 1960. Foi orientado por Maurice Maulland, estudou com Roland Barthes e se tornou amigo de Jean Baudrillard. Tavares D'Amaral foi aluno de Carneiro Leão na primeira turma do mestrado. A diversidade de interfaces com a Filosofia para a pesquisa de fenômenos, processos ou produtos comunicacionais marcava, pelas afinidades teóricas, o perfil do curso.

A escolha do tema *Comunicação e Filosofia* para o dossiê do primeiro número da *Revista ECO-Pós* de 2013 foi motivada pela celebração dos 40 anos do curso de mestrado que deu origem ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Alegria-nos saber que, especialmente para essa temática, foram encaminhados mais de 30 trabalhos de pesquisadores dos mais diversos estados do país. Isto demonstra o quanto a produção de saberes filosóficos caracteriza, ainda, o campo da comunicação no Brasil. Daqueles textos, seis foram aprovados. Os artigos abordam múltiplas possibilidades de estudar filosoficamente questões comunicacionais e de pensar como a comunicação coloca problemas à reflexão filosófica.

Abrindo o *Dossiê*, *Ciro Marcondes Filho* (USP) discorre sobre as ontologias da noção de acontecimento, diferenciando a sua natureza quando se configura como jornalístico, como comunicacional e como filosófico. A própria obra de Marcondes Filho é retomada, em seguida, em dois textos. O primeiro, de *Danielle Naves de Oliveira* (USP) e *Maurício Liesen* (USP), explora as teorias alemãs da medialidade e as suas contribuições para pensar sobre as dimensões ontológicas da mídia: ambiente, presença, mediação versus imediato, negatividade. Procuram, ainda, observar possibilidades de interlocução entre a pesquisa brasileira (voltada para o estudo da comunicação, no sentido latino amplo de por algo em comum, partilhar, estabelecer vínculos) e a alemã (centrada na mídia, na materialidade tecnológica que dá suporte a diferentes sistemas semióticos). Já o artigo de *Tarcyaine Santos* (Uniso) considera, seguindo a proposta de Marcondes Filho, a necessidade de repensar o próprio conceito de comunicação como um acontecimento comunicacional. Nesse sentido, no lugar de restringir o estudo da comunicação às mídias, o que a autora considera um imobilismo epistemológico, procura demonstrar a partir de diferentes análises e pesquisas como é mais produtivo ampliar o escopo. Assim, a intencionalidade e a expressividade dos corpos, captadas exclusivamente pela esfera do sentir próprias ao acontecimento, seriam os mais relevantes objetos do estudo comunicacional.

Por sua vez, *Soraya Guimarães Hoepfner* se vale da obra de Heidegger para formular uma filosofia da mídia centrada na reflexão sobre um “padrão fenomenal”, algo como um signo comum que evidencia e caracteriza diferentes manifestações que envolvem as tecnologias midiáticas. À maneira do filósofo alemão, a doutora em Filosofia pela Södertörn University procura a essência da mídia. Não se trata propriamente do que é a mídia, mas de como a mídia se apresenta. Em outras palavras, a pergunta da autora é acerca de como é possível que a mídia apresente o que é.

Os dois trabalhos que encerram o dossiê buscam construir perspectivas comunicacionais em detidas análises das obras de distintos filósofos. *Regina Rossetti* (USCS) debruça-se sobre os conceitos de interação e integração em *Henri Bergson*. Em seguida, *Cristiane da Silveira Lima* e *César Geraldo Guimarães* (UFMG) incluem no debate epistemológico comunicacional a ética desenvolvida por *Emmanuel Levinas*. Trata-se de uma formulação que coloca a ética como filosofia primeira, pelo encontro com o Outro, retirando da discussão ontológica o lugar basal na produção do conhecimento filosófico.

Neste número, contamos, ainda, com a enriquecedora entrevista que o professor Emmanuel Carneiro Leão concedeu à Zilda Martins. Ele, um dos maiores filósofos contemporâneos brasileiros e dos mais entendidos na obra de Heidegger, comenta sobre os seus livros, o convívio com o seu mestre e a tradução de muitos dos textos dele, a experiência à frente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ e as contemporâneas relações entre comunicação e cultura, num tempo marcado pela técnica, pelo mercado global e pelas interações tecnológicas.

A seção *Perspectivas* conta com contribuições variadas para o estudo da comunicação na sociedade contemporânea. Paula Guimarães Simões (UFMG) apresenta uma abordagem relacional das celebridades na sociedade midiaticizada, buscando articular o célebre com outras celebridades, com a mídia, com o público e com o contexto sociocultural. Depois, Arlete Eni Granero (UFF) e Amanda Coutada da Cunha (UFF) analisam a estrutura do mercado de produtos de luxo na dinâmica social contemporânea, baseada na produção de novas estratégias e formas de diferenciação e conquista de prestígio. Por fim, Sofia Cavalcanti Zanforlin (UCB) mostra como determinados processos comunicacionais contribuíram para a transformação da condição do migrante no mundo globalizado. Conforme relata a pesquisadora, a discurso da vitimização vem sendo substituído pelo do protagonismo nos debates públicos.

Na seção *Resenhas*, Mayka Castellano (UFRJ) comenta o recente livro de José Luiz Aidar Prado (PUC-SP), *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais* (São Paulo: EDUC/FAPESP, 2013). Em seguida, Bruno Thebaldi (UFF) disserta sobre o último livro de Paula Sibilia (UFF), *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão* (Rio de Janeiro: Contraponto, 2012).

Finalizando esta apresentação, gostaríamos de agradecer a todos os pesquisadores que gentilmente colaboram no fundamental trabalho de avaliação e de desejar aos leitores ótimas viagens entre a comunicação e a filosofia.

Boa leitura!  
Eduardo Granja Coutinho  
Marialva Barbosa  
Igor Sacramento  
A Comissão Editorial da *Revista ECO-PÓS*

**EXPEDIENTE**

---

**Editores adjuntos**

Eduardo Granja Coutinho (UFRJ)

Marialva Barbosa (UFRJ)

**Editor executivo**

Igor Sacramento (UFRJ)

**Editoras assistentes**

Júlia Salgado (UFRJ)

Luciana Almeida (UFRJ)

Raquel Timponi (UFRJ)

Renata Tomaz (UFRJ)

**Pareceristas da edição**

Ana Lígia Leite e Aguiar (UFBA)

Francisco Rüdiger (PUC-RS)

Erick Felinto (UERJ)

Ericsson Saint-Clair (UFF)

Kátia Lerner (Fiocruz)

Lucia Santa Cruz (ESPM-RJ)

Luiz Roberto Gomes (UFSCAR)

Marco Mondaini (UFPE)

Patrícia Rebello (UERJ)

Renata Rezende (UFF)

**Capa**

Henrique Júnior (UFRJ)

**Programação visual**

Renata Tomaz (UFRJ)