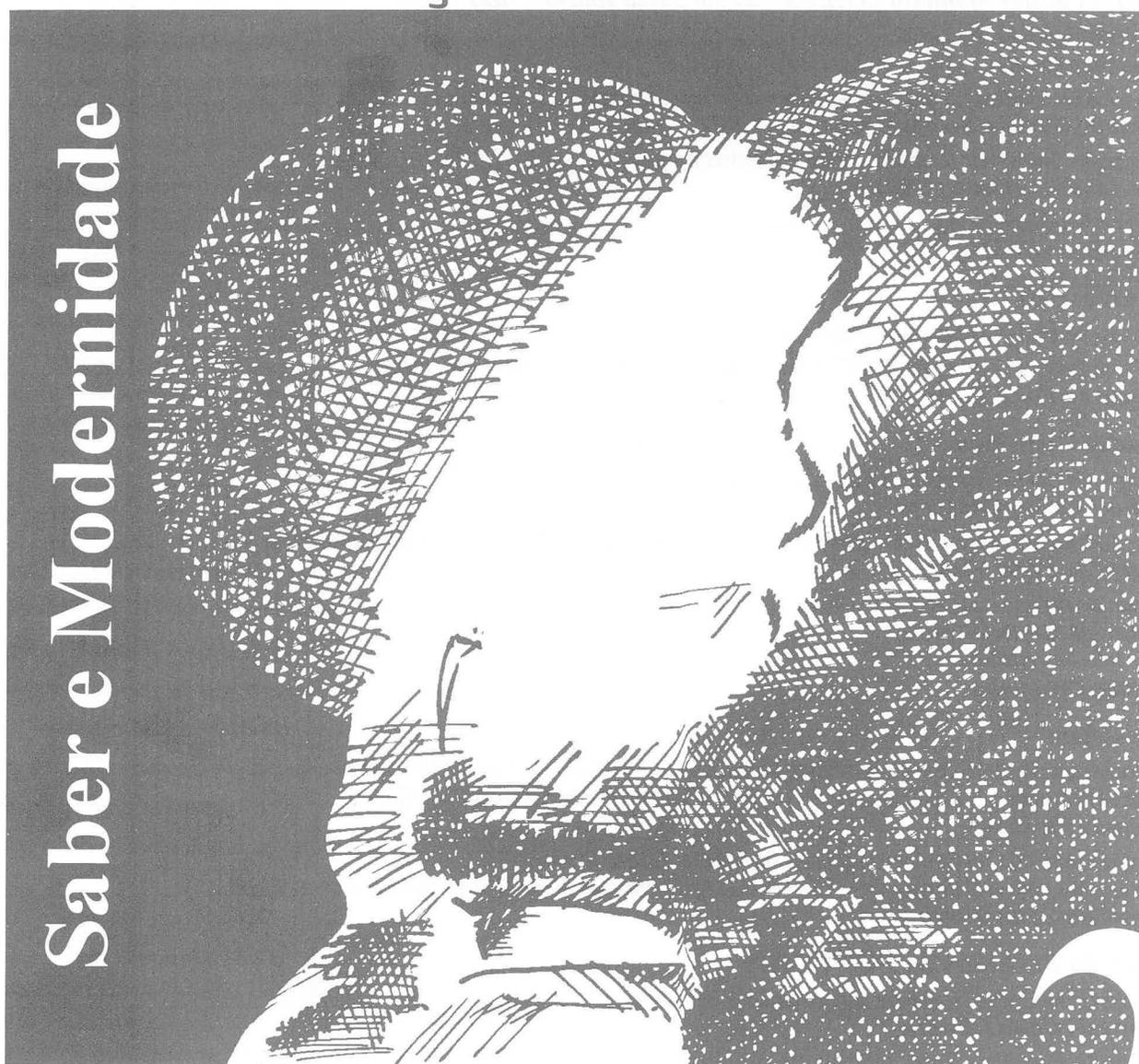


LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Saber e Modernidade



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

2

Editorial	03
Retomando: Logos, comunicação e sociedade	04
SUMÁRIO	
Artigos	
• Cidade, Comunicação e Pós-Modernidade: reflexões para uma produção do conhecimento	06
<i>Ricardo Ferreira Freitas</i>	
• Sobre a Conversa, O Rumor em Política e a Atividade de Relações Públicas: algumas considerações	08
<i>José Henrique de Carvalho</i>	
• Revisitando o Modelo da Comunicação: a urgência de uma reengenharia nos cursos de comunicação	10
<i>Manoel Marcondes Machado Neto</i>	
• Conhecer na Pós-Modernidade: um desafio comunicacional, de consciência e de ação	16
<i>Angela de Faria Vieira</i>	
Intercâmbio	
• Escola, Comunicação e Construção do Conhecimento: o aluno em diálogo inteligente com a realidade	19
<i>Eduardo Bastos Monteiro (SMERJ/Colégio Santo Inácio - RJ)</i>	
• Comunicação e Educação	23
<i>Elza Dias Pacheco (CCA-ECA/USP)</i>	
• Nova LDB: educação para cidadania exige leitura crítica da comunicação	24
<i>Ismar de Oliveira Soares (CCA-ECA/USP)</i>	
• Educação, Meios de Comunicação e Conhecimento	26
<i>José Manuel Moran (USP)</i>	
• Saber e Modernidade	29
<i>João Maia (UFMG)</i>	
Comunicações	
• Exposição no II Congresso Brasileiro da Qualidade no Ensino Superior - SP, 13/08/94. A Nova Proposta do Curso de Comunicação da UERJ: Fundamentos Interdisciplinares da Comunicação	31
<i>Angela de Faria Vieira</i>	
Iniciação Científica	
• Fazer Ciência em Jornalismo	35
<i>Manuel Carlos Chaparro</i>	
• Resgatando a Relação entre Ensino e Pesquisa na Universidade: a iniciação científica	39
<i>Angela de Faria Vieira</i>	
• Repensando a Iniciação Científica	41
<i>Denise da Costa Oliveira</i>	
<i>Marcelo Natividade</i>	
<i>Vagner Fernandes</i>	
Entrevistas:	
• A Socialização do Saber: Uma Necessidade (Entrevista com a Vice-Diretora do IFCH/UERJ, Prof ^a . Dr ^a Creusa Capalbo)	42
<i>Eduardo Viana</i>	
• Humanidades e Gestão Democrática da Universidade (Entrevista com a Diretora do CEH/UERJ, Prof ^a Maria Lúcia Weiss)	44
<i>Denise da Costa Oliveira</i>	
Espaço do Ex-Aluno da FCS/UERJ	
• A Televisão Como Fonte de Informação Científica	46
<i>Denise da Costa Oliveira</i>	
• Educação Popular e Participação: um problema pós-moderno?	48
<i>Eneida Leão</i>	
Por Dentro da FCS/UERJ	
• Laboratório de Pesquisa Mercadológica e de Opinião	50
• Escritório Modelo de Relações Públicas	51
<i>Eduardo Viana</i>	

Editorial

Por que Logos?

Apontar a idéia de universalidade da comunicação humana e a diversidade de formas que ela assume caracteriza um pensamento-síntese propulsor da criação da revista LOGOS. Ainda que difícil o intento de sistematizar experiências múltiplas nos quadrantes de um periódico, não é de todo ambicioso o esforço de oportunizar um veículo capaz de: provocar reflexão, integrar experiências de comunicação e educação, divulgar produção científica, fomentar a realização de projetos de vanguarda cultural e provocar o diálogo (da teoria com a "praxis", dos homens entre si, da razão com a emoção).

LOGOS já tem uma história, antes de ser revista, na Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Outrora existira LOGOS Jornal Informativo da FCS, de iniciativa do Departamento de Relações Públicas, que atendia a um público mais restrito, pode-se dizer, mais familiar, cumprindo a função de ser espaço de notícia dos acontecimentos da FCS (sobretudo) e da UERJ. Quatro números marcaram a sua existência. Desativado, deixou a memória de uma iniciativa acadêmica de tentativa de diálogo institucional. O título, hoje, assume um novo corpo e uma proposta nova.

A representação - título LOGOS propõe-se a ser uma simbologia de resgate do diálogo aliado à razão (inteligência), entre os homens, na vida comunal.

No erigir da civilização ocidental, no berço da cultura clássica, encontra-se o pensamento cultural grego traduzido na retórica de filósofos e oradores afamados, que se constituíram em parâmetros vivos de pureza de espírito, lógica, clarividência e genialidade para os povos, na sucessão das épocas. Lá o homem da sociedade informatizada se inspira e encontra oportunidade de silenciar para refletir, no turbilhão da "Era do Stress". A Pós-Modernidade, como se convencionou hoje caracterizar o atual momento histórico, reedita princípios do pensamento clássico em várias iniciativas, ditas até de vanguarda.

*Na concepção de Academia de Platão, nos seus Diálogos e naquele contexto cultural, LOGOS desvela a sua essência primeira. Longe de desejar constituir um instrumento caleidoscópico e massificado de informações, ou no extremo oposto - num "desideratum" científico para a pouquíssimos servir - LOGOS, na pós-modernidade do mundo atual, pretende espelhar (inicialmente narcisicamente) o "rosto" de uma academia nova - a Faculdade de Comunicação Social da UERJ, para expor sua potencialidade, criatividade e operosidade (sem falsa modéstia), de forma a **deflagrar ações de conhecimento e intercâmbio numa perspectiva que se quer multidisciplinar e interacadêmica.***

A face da LOGOS, que se emoldura com a escultura de Rodin, na beleza de Le PensEUR, cumpre etapa da filosofia norteadora que a concebeu, dando tónus essencialista e clássico à idéia de conhecer e dialogar, que se complementa no traçado moderno, vigoroso de linhas retas e projetadas do design do seu título, assim temos a LOGOS NA PÓS-MODERNIDADE. Em essência, "transpiram" as humanidades inspiradoras: na inserção histórico-concreta flagra-se a contemporaneidade que caracteriza o espaço de reflexão cuidadosa com os desafios do continuum da vida cidadina e dos fóruns maiores de estudo e trabalho.

(set/1990)

Ato de luta

O surgimento de uma nova revista científica reflete, no mínimo, a opção ousada, cada vez mais necessária, de expor à crítica e ao debate as idéias e o saber produzido nos centros de pesquisa. Mas quando esta revista surge, como sinal de contradição, num período de crises articuladas que humilham as nossas universidades, o evento representa também uma afirmação vital de resistência. A revista Logos, que a Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro aqui apresenta em sua primeira edição, tem, portanto, o significado de um ato de luta.

Mas é, também, um importante avanço qualitativo no cenário brasileiro do ensino e da pesquisa de Comunicação. Uma publicação científica que se propõe ao entendimento e à análise pluralista dos problemas emergentes da Comunicação, e que nasce com a vocação de superar limites intelectuais, contribuirá, inevitavelmente, para o aperfeiçoamento do ensino e da pesquisa. E em plano mais imediato, para a revitalização intelectual do corpo docente da UERJ.

Mas o papel de maior relevância que Logos tem a desempenhar é o de se constituir em meio de expressão e intercâmbio de idéias e experiências entre pesquisadores da área de Comunicação. Por essa via, contribuirá, igualmente, para o desenvolvimento da sociedade brasileira, carente de modelos e práticas de Comunicação que sirvam à causa da democracia.

A Intercom sente-se honrada por terem os editores de Logos decidido lançar a sua revista durante o XIII Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação, acolhido pela própria UERJ. E deseja que não falem à nova publicação, mais do que apoio material por parte de quem tem o dever de dá-lo, a perseverança, a responsabilidade científica e criatividade dos que, nos vários territórios disciplinares das ciências humanas, estudam, ensinam e pesquisam a Comunicação nesta Universidade.

Manuel Carlos Chaparro

Presidente da Intercom

(RJ/setembro/1990)

40 anos de TV no Brasil e 40 anos da UERJ

Editorial

Superando um hiato de editoração de quatro anos, LOGOS: Comunicação e Universidade, publicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, que inaugurou o periodismo científico na linha temática: Comunicação, Educação e Informação, no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM/ 90, comemorativo dos 40 anos da televisão no Brasil; reativa a iniciativa utilizando, agora, o seu já equipado laboratório de editoração eletrônica (LED): uma conquista importante para a autonomia dos rumos da socialização do saber e do intercâmbio acadêmico.

A apresentação e o editorial da LOGOS nº 1 (set/ 90) caracterizaram bem a natureza da publicação, a sua espinha dorsal: “deflagrar ações de conhecimento e intercâmbio numa perspectiva multidisciplinar e interacadêmica”.

*A LOGOS elege como temática do seu número de relançamento: **saber e modernidade**.*

*A idéia de **modernidade** tem sido debatida com vigor na atualidade. Parece estar em curso um esforço de apreensão e decodificação do quadro desafiador sócio-histórico da realidade do homem contemporâneo (nas suas múltiplas relações e diversificadas experiências).*

Modernidade ou Pós-Modernidade? Qual a expressão que melhor exprime a complexidade do mundo? O melhor conceito conteria a melhor idéia ou explicitação do quadro societário identificado? Quais as chances de uma apropriação hermenêutica reinstauradora de sentido acerca do contemporâneo? O conhecimento global, a mundialização, as esferas de saber alcançam hoje, níveis (factuais) de uma ampla e acessível comunicação social? Quais os atores do saber pós-moderno? Quais os desafios identificáveis para o estabelecimento de paradigmas, filosofias e políticas de comunicação, que apóiem particularmente, a alavancada do Brasil para a Pós-Modernidade?

***Conhecer na Pós-Modernidade**, eis uma questão epistemológica cuja simples enunciação é suficiente para estabelecer uma dúvida metódica: Como é possível **conhecer** (identificando causas e relações, fazendo prospecções, apreendendo estruturas e contextos, fatos e efeitos) no cenário do mundo atual? Quais os desafios às ciências humanas e sociais na tarefa do saber? Sociedade e Universidade compartilham informações numa competente e dialógica cadeia de comunicação? Quais as alternativas comunicacionais e educacionais para o ensino superior, ou melhor, qual o futuro dos Bacharelados de Comunicação Social?*

Eis o escopo da LOGOS 2: transitar entre as indagações explicitadas, fornecendo material analítico para novas incursões críticas.

Um período em processo, maturando criação e intelectualidade; a LOGOS reapresenta-se conservando contornos iniciais de 1990, de editoração e proposta acadêmica; e reafirma a sua oportunidade científica, comunicacional e educacional. É uma “obra aberta” (homenageando Umberto Eco) que constituir-se-à na caminhada do estudo, da pesquisa e da ação-inserção sócio-acadêmica, com parceiros-comunicacionais - holísticos; multi, trans e interdisciplinar - que venham a se associar e colaborar.

Retomando: Logos, Comunicação e Sociedade

“Quando uma sociedade deixa matar as crianças é porque começou seu suicídio como sociedade. Quando não as ama é porque deixou de se reconhecer como humanidade”

HERBERT DE SOUZA (Betinho)
(in Contracapa de “Se Essa Rua Fosse Minha”, 1990)

O brado de Betinho na epígrafe acima nos coloca diante de nós próprios e da perspectiva da cidadania: da que temos, da que queremos, da que urge, como um direito de qualquer brasileiro. As palavras do sociólogo afamado, do homem que se supera diariamente para viver, do cidadão engajado nas lutas sociais concretas, do espírito forte e combativo a caminhar e inspirar pessoas e grupos; HERBERT DE SOUZA é denúncia viva dos desmandos contra o projeto civilizatório humano de viver a sua humanidade. Não temendo ser piegas, e muito menos almejando a deferência de “um Nobel”, o homem público e o estudioso das questões sociais compartilha a enunciação das suas idéias e ações.

Diante do espelhamento dos tempos difíceis para o Brasil, para o mundo, a Comunicação Social tem dado e sido voz: dos sinais, dos dilemas, das crises e da esperança que mapeiam o cenário global das relações humanas nas sociedades mundiais.

Eis o contexto societário destes anos 90, no qual emergiu a iniciativa de periodismo da LOGOS: Comunicação e Universidade.

A inserção concreta do projeto Núcleo de Memória em Comunicação - Revista Logos na FCS/UERJ, não tem, apenas como campo empírico, de estudo e diálogo: a universidade; o saber acadêmico por excelência; as organizações de educação formal, comunicação e ciência. O campo da pesquisa social mais amplo é a Sociedade, e dela emergem as realidades e os desafios que nos fazem revisitar a **cultura** e o **conhecimento** (como uma extensão e representação dos fundamentos sócio-culturais).

Memória em Comunicação é a memória da Comunicação humana.

Existem inúmeros programas, propostas e projetos de registro e documentação sócio-histórico-cultural dos acontecimentos onde campeiam “falas” de autoridade a instituir a própria história.

Evocamos o Betinho buscando: a humildade do ser e do saber, e o ritualístico ou simbólico, para criar (ou evocar) a imagem da filosofia que anima a reflexão e os modos de inserção, e até a idéia do encontro entre parceiros comunicacionais, da LOGOS, na sua retomada.

Acreditamos possuir consciências nacionais elevadas, cultas, eruditas, sábias, despojadas, capazes de enunciar com clarividência e experiência “o tom” ou “o tonus” da cultura brasileira. Tais pessoas e as suas idéias, merecem registro, divulgação e recordação.

A LOGOS é um dos canais do Núcleo de Memória em Comunicação Social da FCS/UERJ. Cautelosos, pois que se está num reiniciar de percurso, assentando as bases ou estruturas do projeto como um todo, temos na **revista** e no **núcleo**, a manifestação de antigas idéias.

Assim indicando, já é possível identificar o **potencial** da Logos, que apoiada e incentivada, poderá, progressivamente, constituir-se num espaço privilegiado para trocas informacionais de reflexão e discussão; sem, entretanto, assumir contornos de “um quisto estamental do saber”. Sendo um espaço de idéias e interlocuções, através das suas seções, o conhecimento elaborado fluirá através de contatos intersubjetivos entre leitores e articulistas diversos. Artigos, ensaios, entrevistas ... cada manifestação autônoma comporá um todo numa dialogicidade textual, tendo sempre um “tema dorsal” como pano de fundo das enunciações de cada número.

A Logos 90, o número 1 (um), abriu tematicamente com o sub-título da revista: *Comunicação e Universidade*.

O interregno forçado (com a perda de apoio da iniciativa privada) foi o desafio para a FCS entrar na “era” da editoração eletrônica; tendo, entretanto, uma retaguarda (quase angelical: competente e sobremaneira, cordial) da Contexto Comunicação. Mas foi com a diligência administrativa do, agora co-editor, que a burocracia dos processos, nas instâncias financeiro-licitativas da UERJ foi vencida: árduo trabalho, seguindo-se o nosso reconhecimento e convite para a parceria na Logos.

O número 2 (dois) elegeu **Saber e (Pós) Modernidade** como tema de fundo, para o relançamento da revista.

E o número 3 (três) já em organização e previsto para setembro, tratará da **Transdisciplinaridade**.

O melhor está por vir: o *feedback*!

O nível de participação, com sugestões e remessa de trabalhos vai construir o caminho e determinar o alcance do periódico.

É ao nível da **interatividade** que temos a chance de reelaborar as nossas idéias e os conhecimentos que desejamos enunciar:

A Logos celebra a retomada da sua perspectiva editorial, numa época tão difícil, sobretudo no que tange à questão pecuniária para as universidades públicas.

E ao compartilhar a reativação de um projeto de **socialização do saber**, que é o **NUME/Revista Logos**, reestabelecemos o paradigma da publicação no eixo: **Comunicação, Educação e Informação**, para e com a *sociedade*.

Angela de Faria Vieira - Editora

(Coordenadora do Projeto Núcleo de Memória - Revista Logos)