

A teoria nas livrarias: o circuito de publicação e distribuição como problema epistemológico na Comunicação

The theory in bookstores: the circuit of publication and distribution as an epistemological problem in the Communication

La teoría en las librerías: el circuito de publicación y distribución como problema epistemológico en la Comunicación

Luis Mauro Sá Martino

Faculdade Casper Líbero
<lmsamartino@gmail.com>

Ângela Cristina Salgueiro Marques

Universidade Federal de Minas Gerais

Resumo

Como o circuito de impressão e publicação de livros se articula com a Pesquisa em Comunicação? Todos os anos, um número considerável de pesquisas, da iniciação científica ao pós-doutorado, são feitas nas Universidades. No entanto, apenas uma pequena fração será publicada, e um número ainda menor atingirá efetivamente as livrarias, reais ou virtuais. A partir de uma pesquisa de campo exploratória, realizada no período de 2014 a 2018 em livrarias universitárias e comerciais em Porto Alegre, São Paulo, Belo Horizonte, Goiânia e Recife, este texto propõe entender as questões de produção e circulação do conhecimento em termos epistemológicos, na medida em que a disponibilidade de um texto é um índice do que será lido ou não e, conseqüentemente, incluído ou ex-

Abstract

How does the book printing and publishing circuit articulate with Communication Research? Every year, a considerable number of research in Communication is done in Universities, from junior undergraduate research to post-doctoral investigations. However, only a tiny fraction of it will be available to a larger number of researchers through publication by a publisher house. And even less books will effectively reach the bookshops, real or virtual. Grounded on a exploratory field research undertaken from 2014-2018 in university and commercial bookshops in Porto Alegre, São Paulo, Belo Horizonte, Goiânia and Recife, this text argues that the availability of a text may be regarded as an epistemological problem, as it defines what will be read or not, and, consequently, included

Resúmen

Como el circuito de impresión y publicación de libros se articula con la Investigación en Comunicación? Cada año, un número considerable de investigaciones, de la Iniciación Científica al Post-Doctorado, se hace en las Universidades. Sin embargo, sólo una pequeña fracción será publicada, y un número aún menor alcanzará efectivamente las librerías, reales o virtuales. A partir de una investigación de campo exploratoria, realizada en el período de 2014 a 2018 en librerías universitarias y comerciales en Porto Alegre, São Paulo, Belo Horizonte, Goiânia y Recife, este texto propone entender las cuestiones de producción y circulación del conocimiento en términos epistemológicos en la medida en que la disponibilidad de un texto es un índice de lo que será leído o no y, consecuen-

cluído de um estudo – e, portanto, o que pode ser “teoria” na Área.

Palavras-chave: Publicação. Mercado Editorial. Comunicação. Epistemologia.

or excluded from a study – and, therefore, what might be ‘theory’.

Keywords: Publishing. Market. Communication. Epistemology.

temente, incluido o excluído de un estudio – y, por lo tanto, lo que puede ser “teoría” en el Área.

Palabras clave: Publicación. Mercado. Comunicación. Epistemología.

Introdução

No livro *As Regras da Arte*, Pierre Bourdieu (1996) mostra de que maneira a atuação de editoras e, até certo ponto, de livrarias, foi fundamental para o estabelecimento de um “campo literário” na França do século XIX, seja definindo os espaços de publicação, seja direcionando a natureza das obras, os tipos de público e as qualidades esperadas de um texto. As atividades editoriais e o espaço das livrarias e bibliotecas – tanto físicas quanto virtuais – parecem ocupar um espaço fundamental na circulação do conhecimento produzido por uma área do saber: em alguma medida, essas instâncias contribuem com a formação de um espaço de visibilidade das pesquisas, eventualmente em seu alcance e repercussão.

A partir dessa noção, gostaríamos de começar este texto com uma situação que, aparentemente trivial, pode por isso mesmo ser reveladora de algumas condições específicas das práticas de pesquisa: o que é possível encontrar nas prateleiras de “Comunicação” nas livrarias, ou em suas correlatas no ambiente digital? Quando um estudante, pesquisador ou mesmo algum interessado de fora da área procura livros sobre “Comunicação”, o que efetivamente pode ser encontrado?

Livros, impressos ou digitais, são provavelmente um dos materiais mais preciosos para a pesquisa em Comunicação. Ao lado do artigo científico, as obras acadêmicas são uma das maneiras por excelência

de divulgação de resultados de pesquisa. No entanto, parecem ser dotadas de maior tradição, ao menos na área, associadas a um formato para reflexões de maior fôlego, difíceis de serem condensadas no espaço de um artigo. No entanto, o que se entende como um livro de Comunicação?

Qualquer resposta para essa questão precisa, antes de mais nada, problematizar a pergunta. Em que condições é possível encontrar livros de Comunicação? Os espaços talvez mais evidentes, livrarias e bibliotecas, colocam de antemão algumas condições a serem levadas em conta para se delinear qualquer análise.

Se estamos falando de livrarias físicas, é necessário indicar de saída seu número, bastante reduzido, mesmo nas grandes capitais. Para além das grandes redes e de lojas exclusivas de algumas editoras, o número de livrarias *per capita* no Brasil parece ser consideravelmente baixo, reflexo de problemas históricos e sociais que escapariam ao foco deste texto. Localizadas em boa parte em shopping centers, atendem a uma demanda diversificada, não necessariamente universitária, e precisam, por isso mesmo, buscar meios de suprir essas diferenças.

As livrarias localizadas em universidades, por seu turno, parecem ter um público mais específico e se apresentam como espaços diferenciados de exposição, apresentação e circulação do saber. Entram em jogo, no entanto, algumas questões comerciais

de sua manutenção, em termos de como sustentar uma livraria para um público restrito, sobretudo quando se pensa nas condições relacionadas às questões de distribuição de recursos no meio universitário.

No que tange às livrarias virtuais, observa-se, de um lado, a reprodução do sistema das grandes redes e a dificuldade de seleção mais criteriosa de obras diante de um volume considerável de respostas à palavra “comunicação”, quando digitada nos mecanismos de busca dos *sites*.

Dessa maneira, a pergunta “que livros podem ser encontrados?” talvez deva ter sua formulação alterada para “Quais são as condições de circulação do conhecimento produzido na área de Comunicação?”. Levando em consideração as centenas – talvez milhares; seria difícil estimar um número – de pesquisas realizadas na área sob a forma de trabalhos de conclusão de curso, mestrados e doutorados, sem levar em consideração textos e artigos feitos para apresentação em eventos e publicação em revistas, que fração efetivamente tem condições de chegar ao público? Certamente há, subjacente a esta afirmação, uma noção de “publicar” bastante específica: sua distribuição na forma de livro, seja impresso ou digital.

Certamente entende-se que a defesa de um trabalho, sua inclusão em anais de eventos ou em uma edição de revista também são formas de “publicação” – não podemos esquecer a ideia da “defesa pública” de teses e dissertações. No entanto, é necessário considerar as restrições existentes quando uma pesquisa é tornada pública nesses moldes, sobretudo em termos de amplitude de sua divulgação, citação, contribuições e discussão. Assim, é possível retomar a questão ainda uma vez, agregando-a a uma

terceira formulação: de todo o montante de pesquisas em Comunicação, quais são as condições para um trabalho alcançar um público mais amplo – e, por “público amplo” entende-se uma circulação maior na própria área.

A essa questão é necessário agregar ainda condições institucionais de produção e avaliação do conhecimento elaborado por pesquisadoras e pesquisadores no que tange à circulação de sua produção, objetivada nas práticas de medição quantitativa de citações e na demanda por publicações em periódicos qualificados que, de certa maneira, podem estar vinculados a uma expectativa de gerar uma maior visibilidade. Institucionalmente, a perspectiva insular presente nas práticas de divulgação de pesquisas em Comunicação parece estar ligada, não sem algo de paradoxal, às demandas crescentes por publicações e citações: como observam França e Prado (2013), é impossível, até para as pessoas mais envolvidas com a área, dar conta de todas as publicações existentes, ou mesmo de acompanhar, na totalidade, a produção específica de sua temática.

Este texto delinea algumas das condições de circulação do conhecimento em Comunicação a partir de um exame da situação editorial da área. Trata-se do resultado de uma pesquisa que envolve, de um lado, reflexão epistemológica sobre a produção e circulação de textos e pesquisas da área e, de outro, um trabalho de campo exploratório em escala maior, realizado em livrarias de rede, livrarias universitárias e sebos de quatro capitais – São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife. Foi elaborada uma cartografia tentativa das publicações disponíveis sob a rubrica “Comunicação” com o objetivo de diagnosticar como se dá a divul-

gação, na forma de livro, do conhecimento produzido na área. Essa cartografia se deu em vários momentos, de maneira contínua e assistemática, procurando ver não apenas o que se inclui nessa perspectiva, mas também procurando delinear seus vínculos institucionais, origens e condições de publicação.

As dinâmicas de produção na área: o livro diante do artigo

Um rápido olhar comparativo entre artigos sobre Comunicação publicados em revistas latino-americanas e anglo-saxônicas mostrará, de saída, uma diferença no que tange às referências bibliográficas: textos norte-americanos e europeus tendem a citar artigos, enquanto os latino-americanos tendem a dar preferência aos livros. Evidentemente não se trata de uma dicotomia, mas de observar uma diferença de concepção na qual a valorização do livro, no caso latino-americano, reforça a ideia de que conhecer as condições de produção de conhecimento na área significa observar alguns aspectos da edição e circulação de livros. Ao escolher citar mais artigos ou livros, estamos diante não apenas de um modo de fazer pesquisa, mas também de uma perspectiva referente a saber o que constitui efetivamente um “referencial teórico” para um trabalho monográfico. Trata-se, ao que parece, não apenas de uma escolha de formato, mas, sobretudo, de uma opção epistemológica.

Essa postura encontra respaldo institucional: livros são, junto com os artigos, a única produção da área avaliada dentro de uma escala específica, o “Qualis Livros”, parametrizada a partir de regras de inferência de qualidade, e são situados dentro de

um espectro que vai do L1, de menor reconhecimento, até L4, estrato mais alto. Se existe uma “cultura de publicação”, como assinalam Burzstyn, Drummond e Nascimento (2010), ela parece se dirigir tanto ao livro quanto ao artigo, com alguma especificidade do primeiro.

Embora o artigo científico, publicado em revista acadêmica, avaliado por pares, seja considerado o mais legítimo dentro dos parâmetros de produção e avaliação, o livro tem um valor igualmente alto dentro do percurso genealógico das ciências humanas. Além disso, a publicação de um livro obedece a um processo editorial e institucional diferente do artigo, situando-se não apenas dentro de outra temporalidade como também dentro de um circuito diferente de publicação e divulgação. Como ressalta um documento avaliativo da Capes (2016), no caso dos livros, a atribuição de critérios de qualidade é mais difícil de se estabelecer do que no caso de artigos, uma vez que não existem índices de impacto de revistas ou sua indexação em bases de dados.

Enquanto o artigo acadêmico tem uma circulação esperada consideravelmente restrita, na medida em que aparece apenas em publicações acadêmicas, a expectativa de um livro publicado é, por definição, chegar às estantes ou à página online de uma livraria e, mais do que o artigo, ser visto por pessoas não interessadas diretamente naquele tema específico.

A dinâmica de publicação de um livro também obedece a critérios e padrões específicos, incluindo a busca por editoras, um tempo maior de avaliação, a presença, em alguns casos, de critérios ligados a um mercado editorial, a distribuição no mercado livreiro e outras questões particulares.

Há, no negativo, os problemas referentes às possibilidades de publicação diante de cenários desfavoráveis em um mercado relativamente restrito. Trata-se de um trabalho de maior fôlego; mesmo no caso de coletâneas, nas quais cada autora ou autor contribui com um capítulo, trata-se de pensar em termos de um produto editorial que demanda esforços específicos – sem, evidentemente, deixar de levar em consideração as demandas, às vezes iguais ou mais altas, existentes para a publicação de um artigo.

Podem-se observar, no mapeamento contínuo e sistemático, embora não exaustivo, da produção da área, alguns aspectos de uma tipologia das publicações.

O primeiro, mais frequente, é a publicação de versões de trabalhos acadêmicos, com a transformação de teses de doutorado e, em menor escala, dissertações de mestrado, em livros. A existência de um volume de texto já pronto pode ser apontada como uma das razões desse tipo de procedimento, em que pese a necessidade de adequação ao formato editorial. Trata-se, segundo o documento Qualis Livros (CAPES, 2016), de um dos estratos de maior pontuação no que se refere ao item “Natureza do Conteúdo”. Pode-se observar, aqui, uma considerável disparidade entre o número de teses e dissertações defendidas anualmente nos mais de cinquenta programas de pós-graduação em Comunicação de todo o país e a quantidade desses trabalhos que será, efetivamente, transformada em livro – pode-se imaginar, em uma referência à expressão comum do meio, que parte considerável dessa produção ficará restrita às bibliotecas físicas ou virtuais.

Um segundo grupo inclui os livros com resultados de pesquisa, individuais ou em

grupo, seja contando ou não com o apoio de agências de fomento, que ocupam um espaço de destaque na medida em que parecem formar uma unidade. Algo semelhante acontece com os livros resultantes de eventos, como seminários, ou da produção de grupos de pesquisa, nos quais se observa uma unidade temática, embora um pouco menos rígida do que nos resultados de projetos de pesquisa. Produções dirigidas ao ensino e pesquisa no âmbito universitário também podem ser encontradas, ainda que em menor escala. Vale notar que esse último tipo pode ser localizado com mais frequência quando referido a técnicas específicas das habilitações profissionais existentes nos cursos de Comunicação.

Nesse último aspecto, não é possível separar a produção editorial na área de Comunicação da situação específica de cursos de graduação e pós-graduação existentes. O primeiro contato de estudantes com a literatura da área tende a ser a partir das bibliografias e leituras recomendadas por professoras e professores, tanto na graduação quanto na pós-graduação. Como observado em outros momentos, a bibliografia constante dos programas de ensino tende a ser vista como “a” referência, sobretudo para os iniciantes. Na medida em que os cursos de Comunicação, agora divididos nas antigas habilitações, têm um componente voltado para a formação profissional, a existência desse último tipo parece justificada diante das necessidades de sala de aula.

A disponibilidade de livros e a escolha do referencial teórico

Nas práticas de pesquisa acadêmica, da iniciação científica ao pós-doutorado, um

dos momentos-chave é a escolha do “referencial teórico” da pesquisa, conjunto de conceitos, autoras e autores que, de alguma maneira, vão se articular com os objetos empíricos e questões metodológicas. A tomada de decisão decorre, sem dúvida, de inúmeros fatores acadêmicos – a relação da teoria com o objeto, as indicações de orientadores e orientadoras, a proximidade com uma linha de pesquisa ou mesmo com a trilha de pesquisa da instituição.

No entanto, parece existir outro fator, por vezes negligenciado e que, no entanto, aparentemente tem um peso considerável na hora de escolher um referencial teórico: a disponibilidade da obra de uma autora ou autor para consulta. Em um país com pouca tradição no que tange à existência e ao uso de bibliotecas públicas, e levando-se em consideração as condições questionáveis de algumas de suas correlatas universitárias, é problemático afirmar até que ponto é possível escolher livremente os caminhos teóricos de uma pesquisa.

Certamente entrariam em jogo, nesse caso, as condições de interesse do próprio meio acadêmico em agregar ou excluir autoras e autores, que, por sua vez, parecem também não estar isentos às preferências, por vezes efêmeras, dos espaços de produção de pesquisa – aquilo que, no espaço informal das conversas de corredores é apontado como as “modas” acadêmicas, responsáveis por tornar autores e autoras imprescindíveis, ao mesmo tempo que relegam outros ao esquecimento.

No entanto, não é dessa seleção, aparentemente regulada por questões do próprio espaço acadêmico, de que se está falando aqui, mas das possibilidades de uma teoria ou um conceito se tornar conhecido – e ar-

ticulado – em um conjunto mais amplo de pesquisas.

A recepção e a circulação das ideias de uma autora ou autor nos meios acadêmicos dependem, em grande parte, do acesso à sua obra. Nas práticas acadêmicas, a articulação de teorias, ideias e conceitos com questões empíricas está vinculada, muitas vezes de maneira sutil – mas não menos definitiva – aos fluxos de publicação, à direção de tradução das obras, a seu acesso e possibilidade de leitura.

Isso parece gerar, de saída, uma desigualdade em termos de circulação e difusão de ideias: trabalhos excelentes, mas que não encontrem a possibilidade de ser publicados por uma editora com distribuição nacional parecem ser relegados a uma espécie de limbo ou inexistência nos espaços acadêmicos. É possível observar essa desigualdade, por exemplo, no baixo nível de circulação e citação de obras publicadas por editoras universitárias que, embora muitas vezes de excelente qualidade editorial e de conteúdo, veem-se preteridas por não atingirem espaços mais amplos de exposição.

Esse problema se apresenta também em termos geográficos, de um lado, e econômico-sociais, de outro. A distribuição geográfica dos fluxos de publicação, distribuição e apropriação, pela academia, de livros parece obedecer a uma lógica observada também em termos de outras desigualdades: nota-se, no caso brasileiro, um fluxo centralizado no Sudeste (e parcialmente no Sul) que se ramifica para outras regiões. O trânsito, no entanto, é de mão única: raramente se encontram, nas livrarias do Sul ou do Sudeste, livros publicados por editoras de outra regiões.

Isso parece se reproduzir em termos internacionais: mesmo no que se poderia chamar de um “mercado acadêmico”, nota-se a predominância de alguns países e regiões, sobretudo a Europa Ocidental e os Estados Unidos, no que tange às traduções. Assim, quase não é possível encontrar obras de autoras e autores fora dessas regiões – quando isso acontece, em alguma medida pode-se notar que se trata de pessoas vinculadas a universidades ou centros de pesquisa desses países e regiões; raramente se verifica um trânsito direto entre editoras brasileiras e países fora desse círculo.

A questão econômico-social, por sua vez, parece se manifestar, entre outras situações, na possibilidade de encontrar, na prateleira das livrarias, obras que não sejam publicadas pelo circuito das grandes editoras. Essa situação não deixa de se relacionar com a anterior na medida em que um livro publicado por uma editora de pequeno porte tende a ficar restrito ao espaço de alguns interessados diretamente no assunto que tiverem a oportunidade de encontrá-lo.

Seria possível objetar, de saída, que as possibilidades abertas pelo ambiente das mídias digitais podem – ou poderiam – resolver essa questão. No entanto, é preciso observar também esse ponto a partir de uma questão crítica.

As possibilidades de publicação (e mesmo de autopublicação) digital, ancoradas em uma promessa de distribuição mais ampla das produções editoriais, uma vez que desligada das necessidades relacionadas ao livro impresso, parecem não ter ainda realizado seu pleno potencial – talvez pela dificuldade, também inerente ao espaço acadêmico, de acompanhar toda a produção, como recordam França e Prado (2013).

Essa disponibilidade da obra nos meios digitais coloca ainda um outro problema – que, é bom observar, tangencia uma questão legal e jurídica de grande porte relacionada aos direitos autorais: a qualidade de apresentação do material. Levando em consideração o aspecto jurídico, e sem deixar de lado uma realidade paranormativa que insiste em se apresentar no cotidiano, nota-se que muitas vezes as obras digitalizadas apresentam graves problemas em termos de identificação de seus dados, como a autoria, número de página, data e local de publicação e outras informações sobre a edição.

Não seria de todo errado, talvez, ver nisso uma herança ou derivação da “cultura da xerox” presente nos meios universitários, decorrência, por sua vez, da dificuldade de acesso às obras, muitas vezes fundamentais, para a elaboração de uma pesquisa. Nos dois casos, a questão das práticas de pesquisa se vê alheia às decisões exclusivamente acadêmicas, mostrando-se ligada aos limites sociais de produção de conhecimento.

Assim, agregar uma obra, conceito, autora ou autor ao “referencial teórico” de uma pesquisa parece envolver muito mais do que a tomada de decisões epistemológicas, mas, sobretudo, as condições de possibilidade para escolher esta ou aquela “teoria”, demandando, antes, saber se determinada obra está disponível.

O aspecto editorial: o caminho até o público

Nesse aspecto, vale recordar que um dos aspectos de maior pontuação do Qualis Livros refere-se ao tipo de editora que publica

a obra, destacando, no teto da avaliação, segundo o documento Capes (2016), “editora universitária, comercial, associação científica, associação cultural, instituição de pesquisa, agência de fomento”. Isso leva a um outro aspecto da questão: quais são as editoras que publicam livros de Comunicação?

No caso das editoras universitárias, talvez não seja de todo errado esperar certa abertura, mediante avaliação por pares, para assuntos mais diversificados do que suas correlatas comerciais. Observe-se, no entanto, que embora existam inúmeras obras de Comunicação publicadas por editoras universitárias, ao que parece nenhuma delas tem uma coleção destinada exclusivamente à área. Algo também compreensível na medida em que existe, neste caso, a necessidade de considerar toda uma produção universitária, não apenas de Comunicação.

Um ponto de tensão no que diz respeito às editoras universitárias é sua distribuição. Os canais de chegada às prateleiras das grandes redes de livrarias parecem ser pouco afeitos a esse tipo de publicação, restrita, algumas vezes, ao âmbito das lojas nos *campi* universitários ou mediante vendas online. Levando-se em consideração a necessidade de exposição e divulgação das obras, não é talvez surpresa que parte considerável dessa produção permaneça dentro de uma perspectiva insular, o que pode significar maior desigualdade na distribuição do conhecimento. Ao que parece, há todo um conjunto de conhecimentos produzidos na área de Comunicação – ou de interesse próximo – que, publicado por editoras universitárias, nem sempre ultrapassa as barreiras comerciais que permitiriam uma distribuição em outros canais. Dito de ou-

tra maneira, é muito difícil encontrar livros publicados por editoras universitárias fora dos *campi* – às vezes, também dentro deles.

Os reflexos epistemológicos desse cenário de desigualdade na distribuição do conhecimento podem ser observados em vários aspectos. A leitura, e a consequente citação, desses livros é restrita, tornando invisível toda uma produção feita além das fronteiras de determinados espaços. Ao mesmo tempo, é possível que isso acentue certa homogeneidade de perspectivas, uma vez que são oriundas de um grupo restrito de locais de produção de saberes.

O cenário se altera um pouco no âmbito das editoras comerciais – a questão colocada, neste caso, se refere à concorrência e ao interesse das obras sobre Comunicação dentro das dinâmicas de mercado. Se as dificuldades no âmbito das editoras universitárias parecem se direcionar às questões de produção, no espaço das editoras comerciais o problema reside, até certo ponto, na possibilidade de encontrar um lugar dentro dos circuitos do mercado.

Há editoras com considerável tradição de publicações na área, destacando-se o pioneirismo das editoras Perspectiva, Cultrix e Vozes, que na virada dos anos 1960-1970 publicaram os primeiros trabalhos sobre Comunicação no Brasil, de autoras e autores que viriam a se mostrar fundamentais nas décadas seguintes, como Ferdinand de Saussure, Umberto Eco, Charles S. Peirce, Décio Pignatari, Adísia Sá, Julia Kristeva, Muniz Sodré e José Marques de Melo, entre outros.

Mais para frente, a partir dos anos 1980-1990, outras editoras como Summus, Ateliê Editorial, Paulus, MauadX e Sulina destacariam a Comunicação entre suas publica-

ções, criando, inclusive, coleções específicas – “Novas buscas em Comunicação”, “Biblioteca Azul”, “Comunicação” e “Cibercultura”, respectivamente, abrindo caminho para uma maior divulgação de trabalhos de pesquisa realizados, sobretudo, nos espaços de pós-graduação. Além disso, várias outras editoras lançaram excelentes títulos avulsos de Comunicação, sem necessariamente estarem incluídos em coleções ou fazerem parte de uma política editorial.

Valeria apontar, neste aspecto, o trabalho diligente de editores e equipes no sentido de abrir espaço para a área. Ao mesmo tempo, é questionável, sem dúvida, se as autoras e os autores publicados por essas editoras são “de Comunicação”: trabalha-se aqui mais na perspectiva de uma apropriação do que uma vinculação *a priori*, critério difícil de ser plenamente trabalhado mesmo hoje em dia. E isso leva a um último aspecto da questão: o que é um livro “de Comunicação”?

A Comunicação entre as áreas do saber: proximidades e distanciamentos

Uma visita às bibliografias de artigos, monografias e livros mostra um cenário de considerável dispersão epistemológica, para usar a expressão de Braga (2010), visível na apropriação de autoras e autores de outras áreas do conhecimento, com um mínimo de consenso a respeito do que se está, efetivamente, estudando dentro da Comunicação. Ao que parece, trata-se mais da justaposição de perspectivas de várias disciplinas, em uma perspectiva mais multidisciplinar por aproximação do que propriamente um trabalho interdisci-

plinar. Isso pode ser observado na escolha dos livros citados: há obras de quase todo o espectro das humanas, sem uma solução de continuidade ou especificação de critérios que permitam dizer quais são, de fato, livros de Comunicação.

Evidentemente traçar fronteiras epistemológicas dessa monta seria uma tarefa, se possível, talvez inútil, na medida em que a complexidade do conhecimento parece exigir o reconhecimento de sua unidade. Ao mesmo tempo, não é possível deixar de lado o fato de que se está dentro de um ambiente institucional, com suas referências próprias, e que, neste caso, leva em consideração a localização de um livro diante das áreas do saber: segundo o documento avaliativo Qualis Livros da Capes (2016), a pertinência de uma obra à área é uma condição de análise e pontuação. Portanto, se em termos epistemológicos as divisões arbitrárias do saber podem ser questionadas, no que tange ao aspecto institucional sua validade é um pressuposto legitimado pela prática. Assim, a pergunta “O que é um livro de Comunicação?”, se parece intangível do ponto de vista epistemológico, torna-se prática no aspecto institucional e avaliativo.

Uma aproximação inicial pode ser feita observando-se as obras publicadas como sendo específicas de Comunicação. É possível notar, em um primeiro momento, que a pertinência à área parece se dar a partir do vínculo da autora ou autor com cursos universitários, sejam de graduação ou pós-graduação. A esse ponto comum soma-se a existência de preocupações centradas na mídia – seja no campo de produção, técnico ou de circulação – ou, em proporção menor, de obras dedicadas a aspectos específicos da Comunicação, seja, por exem-

plo, de um ponto de vista fenomenológico ou semiótico.

Isso pode ser verificado também na variedade de livros colocados sob essa rubrica nas livrarias. Seria possível, sem exaustividade, trazer algumas de suas categorias, inclusive a partir de suas divisões. Livros de “Comunicação” costumam incluir, em um primeiro aspecto, tudo o quanto diga respeito à “mídia”, de biografias de artistas a estudos sobre televisão, rádio ou mídias digitais.

Além disso, livros sobre negócios, vendas, estratégias de persuasão e comunicação interpessoal no ambiente de mercado também podem dividir espaços com obras teóricas, digamos, sobre telenovelas ou filmes. Esses trabalhos de interesse mais “geral”, se é possível utilizar essa denominação, são usualmente acompanhados de obras voltadas para as habilitações profissionais, com um amplo predomínio dos livros sobre jornalismo – a ponto de algumas livrarias terem seções específicas sobre esse título, mas raramente sobre Publicidade e Propaganda ou Relações Públicas. Entende-se por “Jornalismo” de livros-reportagem e, em certos lugares, biografias até obras acadêmicas sobre o assunto. Em alguns casos, livros de Marketing e Vendas são associados aos livros de Comunicação pela via da publicidade, embora se trate, tanto profissional quanto academicamente, de áreas distintas.

Nota-se, portanto, uma concepção relativamente restrita do que vem a ser “Comunicação” dentro do circuito de vendas: ou como sinônimo de “mídia” e “profissão”, em sentido mais comum, ou como um recurso situado no âmbito das vendas e persuasão. Em algumas livrarias, a “Comunicação” é colocada junto, ou mesmo como subárea, da Linguística, em uma

aproximação, ao que tudo indica, pautada na ideia de alguma junção das duas áreas como “meio de expressão”.

Vale observar, ainda neste aspecto, uma dificuldade de divulgação da produção acadêmica objetivada nos problemas de distribuição: nas livrarias comerciais, evidentemente havendo exceções, praticamente não é possível encontrar obras de Comunicação publicadas por editoras de porte médio e pequeno ou pertencentes ao circuito universitário. Dessa maneira, se a definição do que é um livro de Comunicação constitui um problema epistemológico, encontrar esses livros nas livrarias mostra-se um desafio prático.

À guisa de conclusão

Livros identificados sob o assunto de “Comunicação” geralmente são percebidos como coletâneas que abrangem um conjunto de conceitos altamente heterogêneos, discutindo uma plethora de assuntos com limites e contornos bem pouco definidos em termos epistemológicos (FRANÇA, 2001; L. C. MARTINO, 2007; BRAGA, 2010; L. M. MARTINO, 2008, 2009, 2012, 2011, 2014). É possível observar, no entanto, que a diversidade temática muitas vezes tende a parar por aí.

O que costumamos chamar de “pensamento comunicacional” e suas distintas formas de elaboração e circulação representa, de alguma maneira, o desdobramento de ideias criadas em ambientes com diferenças profundas em relação ao que é pensado acerca da América Latina, em geral, ou do Brasil, em particular, e mesmo das variedades regionais brasileiras. É questionável indagar até que ponto existem tensionamentos e articulações entre essas referências e os

objetos empíricos, bem como as condições específicas, com as quais elas se defrontam.

O conhecimento produzido sobre Comunicação mantém, em boa medida, a marca de circulação de outros fluxos das ciências, com um trânsito norte-sul muito maior do que sul-norte, levando em conta as possibilidades de avanços e pesquisas parecerem maiores nos países desenvolvidos.

No âmbito da Teoria Literária, a título de comparação, há algumas décadas esse tipo de pensamento vem sendo desafiado, sobretudo a partir dos trabalhos clássicos de Spivak (2006; 2008), Thiong’O (2006), e Johnson (2013). Esses autores questionam o conceito de “literatura” estipulado a partir de um cânone ocidental dentro dos estudos literários. Mais do que a construção de um cânone “alternativo”, eles procuram, na esteira do pensamento de Derrida, contestar não só a noção de “cânone”, em si, mas também a articulação de pensamentos binários definidos dentro de uma oposição “centro-periferia”.

A dicotomia centro-periferia, ou, explicitamente, norte-sul, parece ainda ser muito marcante nos estudos de Comunicação. Essa divisão binária pode ser encontrada, da mesma maneira, em outros aspectos da produção de conhecimento, em particular quando se leva em conta o predomínio masculino na produção científica, algo que merece ser pensado também no caso dos pesquisadores da Comunicação.

A declinação “pesquisadores”, no masculino, é tanto uma exigência do idioma quanto uma constatação empírica da relativa ausência de “teóricas” da Comunicação. Embora o número de pesquisadoras seja maior do que o de pesquisadores, os manuais acadêmicos de Teoria da Comu-

nicação não contemplam muitas “teóricas” – exceção feita à noção de “Espiral do Silêncio”, de Noelle-Neuman, o que, em termos proporcionais, significa uma porcentagem zero de participação. Dessa maneira, não seria errado apontar a existência do redutor pressuposto de que enquanto homens fazem a “grande teoria”, cabe às pesquisadoras da área “aplicá-la”, “usá-la” ou “desenvolvê-la em estudos empíricos”.

As diferenças prosseguem também no sentido de verificar as dificuldades de divulgação da produção científica brasileira no exterior. Uma barreira a ser considerada, como recorda, no tocante às ciências sociais, Ortiz (2010), é a questão do idioma. O uso majoritário do inglês ou, em menor escala, do francês e do espanhol como “línguas francas”, naturalizadas do discurso científico, cria imediatamente uma definição prévia a respeito do que pode, efetivamente, ser considerado “ciência” no espaço das publicações acadêmicas – a isso seria possível somar as questões relacionadas aos fatores de impacto de produção, algo que escapa às discussões deste texto. Veja-se, por exemplo, a quase total ausência das altamente desenvolvidas pesquisas latino-americanas sobre televisão ou mediatização em textos euro-americanos a respeito.

Em segundo lugar, mesmo deixando-se de lado, de maneira hipotética, a questão linguística, há ainda a barreira da circulação de conhecimento no que tange ao acesso a revistas e livros acadêmicos. Em que pese o mérito de iniciativas isoladas, a fatia maior de publicações sobre Comunicação no mercado editorial brasileiro se direciona a autoras e autores brasileiros e euro-americanos. Existe pouca horizontalidade no sentido de se publicarem pesquisas de outros países

do sul, sejam da América Latina, da África ou da Ásia – mesmo a África lusófona, com a qual a barreira do idioma é pretensamente superada, não existe enquanto referência do pensamento comunicacional.

Finalmente, mesmo dentro de uma escala doméstica, observa-se a predominância de alguns polos de produção e divulgação de conceitos, teorias e ideias a partir de algumas localizações geográficas, tendo como consequência a invisibilidade da produção de pesquisadoras e pesquisadores que, por alguma razão, estão desvinculados dos grandes centros.

Isso pode ser verificado, da mesma maneira, em termos editoriais: a publicação e a circulação de autoras e autores das regiões Centro-Oeste e Norte são menores do que as das outras – exceto quando a autora ou autor, procedente de uma região, tem seu vínculo universitário em outra. Nesse sentido, a título de exemplo, o trabalho de Malcher, Lopes e Miranda (2015)

foi um dos primeiros textos de universidades federais do norte do país a participar do GT Epistemologia da Comunicação na Compós, evidenciando as potencialidades e os limites da circulação de ideias sobre Epistemologia da Comunicação no norte do Brasil.

Ideias situadas fora de alguns centros geopolíticos têm uma dificuldade considerável de atingir os espaços para sua discussão e repercussão, contribuindo para o reforço de um discurso teórico que, embora seja epistemologicamente disperso, parece ser bastante centralizado e monológico em termos de sua produção.

Há, com isso, uma evidente perda em termos epistemológicos. A ausência de outras vozes deixa de lado também outras temáticas, proposições e questionamentos que poderiam, de diversas maneiras, contribuir para o surgimento de novas questões, bem como para o delineamento de problemas já estabelecidos.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Difel, 1996.

BRAGA, J. L. Nem rara, nem ausente – tentativa. *Matrizes*, v. 4, p. 65-81, 2010.

_____. Dispositivos Interacionais. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 20, 2011, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, jun. 2011.

BURSZTYN, M.; DRUMMOND, J.; NASCIMENTO, E. *Como escrever e publicar trabalhos científicos*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

FRANÇA, V. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, L. G.; FRANÇA, V.; PAIVA, R.; WEBER, M. H. (Orgs.). *Estratégias e culturas da comunicação*. Brasília: UnB, 2001.

FRANÇA, V. R. V.; J. L. PRADO. Comunicação como campo de cruzamentos, entre as estatísticas e o universal vazio. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 2, p. 1, 2013.

FRANÇA, V. R.; SIMÕES, P. G. *Curso básico de teorias da comunicação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

JOHNSON, B. *The Barbara Johnson reader*. Yale: Yale University Press, 2013.

MALCHER, M. A.; LOPES, S. C.; MIRANDA, F. C. Circulação das discussões teóricas e epistemológicas da Comunicação no Norte do Brasil. In: 24o Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015, Belém. *Anais...* São Paulo: Compós, 2015. v. 1. p. 1-15.

MARTINO, L. C. *Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?* Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINO, L. M. A ilusão teórica em Comunicação. *Revista Famecos*, n. 36, 2008.

_____. *Teoria da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINO, L. M. S. O que foi teoria da comunicação? Um estudo da bibliografia entre 1967-1986. *Revista Comunicação Midiática* (on-line), v. 6, p. 28-39, 2011.

_____. O diálogo entre fatores políticos e epistemológicos na formação do campo da Comunicação no Brasil. *Folios*, v. 28, p. 159-175, 2012.

_____. O diálogo norte-sul em Teoria da Comunicação: hegemonias, apropriações e resistências nas pesquisas anglo-saxônicas e latino-americanas. *Comunicação & Sociedade*, v. 36, p. 85-106, 2014.

SPIVAK, G. C. *In other worlds*. Londres: Routledge, 2006.

_____. *Outside in the teaching machine*. Londres: Routledge, 2008.

THIONG'O, N. W. *Decolonizing the mind*. Nova York: Heinemann, 2007.

Data de Recebimento: 08/12/2018

Data do Aceite: 18/12/2018

Dados dos Autores

Luis Mauro Sá Martino

<http://lattes.cnpq.br/0251927939615742>

Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Pós-Doutorado na School of Political, Social and International Studies na University of East Anglia, na Inglaterra. É professor do PPG em Comunicação da Cásper Líbero, onde leciona na Graduação em Jornalismo e foi editor da *Revista Líbero*.

Ângela Cristina Salgueiro Marques

<http://lattes.cnpq.br/5038152185134297>

Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Doutora em Comunicação Social pela UFMG (2007) e mestre em Comunicação Social pela mesma instituição. Realizou pós-doutorado em Comunicação e em Ciências Sociais na cidade de Grenoble (França), onde atuou junto a dois grupos de pesquisa: o Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (Institut de Communication et Médias - Université Stendhal) e o Groupe de Recherche en Sciences Sociales sur l'Amérique Latine (MSH-Alpes, Université Pierre Mendès France).