

CIÊNCIAS DAS MERENDINHAS: COMUNICAÇÃO, MÍDIA E PODER **Representações do curso universitário em Ciências da Comunicação na Itália**

Fabiola Ballarati Chechetto¹

Resumo

“É moleza se graduar em Ciências das Merendinhas”, “No máximo vai trabalhar como atendente do McDonald’s”, “Mas pra que serve fazer esse tipo de faculdade?”, são alguns dos dizeres, vinhetas, memes e definições relacionadas à graduação em Ciências da Comunicação na Itália. O chavão nasce nos anos ‘60 e replica na mídia contemporânea pela televisão, rádio e redes sociais digitais. Ao que se deve e qual a validade dessa definição? Por quem o curso é considerado dessa maneira? Por que razão a expressão perdura?

As “merendinhas” são lanchinhos, caseiros ou pré-confeccionados, preparados nas escolas elementares e consumidos durante os intervalos das aulas. Assim, a hora da merenda, é o momento da pausa, do recreio, da inutilidade, do relaxamento, da ociosidade, e da mudança de lugar simbólico do “sério” ao... Não sério?

Fundado há menos de 30 anos na Itália, Ciências da Comunicação pertence às chamadas ciências “moles”, as Humanidades ou Ciências Sociais e atualmente é um dos cursos universitários com mais inscritos no país. Há uma crítica dos critérios metodológicos e avaliativos, contraposto às tradições e rigidez dos cursos em Ciências naturais ou “duras”.

Generalizou-se assim a figura do estudante em Comunicação como aquele que se formaria com extrema facilidade, levaria o estudo no “vai-da-valsas”, sem perspectiva, sem projetos e acomodado. Analisamos neste trabalho as intervenções midiáticas do comediante televisivo Maurizio Crozza do canal *La7* imitando o diretor e jornalista de *Libero*, Vittorio Feltri, os comentários dos jornalistas radiofônicos Giuseppe Cruciani e Davide Parenzo no programa de INFOtenimento *La Zanzara* sobre o caso do Presidente da Câmara dos Deputados Roberto Fico e sua dissertação *Identidade social e linguística da música neomelódica napoletana*, a declaração polêmica da ex-ministra da *Instrução, Universidade e Pesquisa*, Maristella Gelmini em tensionamento com as respostas de docentes italianos em Ciências da Comunicação atuantes no cotidiano das universidades de Bologna e Torino.

¹ Mestranda em Comunicação na Faculdade Cáspes Líbero. E-mail: fabiolachechetto@gmail.com

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

Para experimentar o que é comunicação pesquisando mídia, poder e a instituição, olhamos para este objeto empírico recorrendo ao diálogo com o conceito de Representações Sociais (Moscovici, 2012), as relações entre mídia, entretenimento e política (Martino, 2011), os meios de comunicação na esfera pública (Marques, 2008), sobre a influência do jornalismo (Bourdieu, 1997) e o *sistema de circulação interacional* (Braga, 2006).

Palavras-chave: Comunicação. Ensino em Comunicação. Ciências da Comunicação. Teoria da Comunicação. Representações Sociais.