

Fortuna Crítica de Antonio Hohlfeldt

*Entre Comunicação, Jornalismo
e Literaturas*



Coleção Fortuna Crítica da INTERCOM
Consultoria: Adolpho Queiroz, Marialva Barbosa, Rosa Maria Dalla Costa
Coordenadores: Aline Strelow, Iury Parente Aragão, Osvando J. de Moraes, Sônia Jaconi e
Tyciane C. Vaz

DIRETORIA EXECUTIVA - TRIÊNIO 2014 – 2017

Presidência – Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
Vice-Presidência – Ana Silvia Lopes Davi Médola (UNESP)
Diretoria Financeira – Fernando Ferreira de Almeida (METODISTA)
Diretoria Administrativa – Sonia Maria Ribeiro Jaconi (METODISTA)
Diretoria Científica – Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)
Diretoria Cultural – Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU)
Diretoria de Projetos – Tassiara Baldissera Camatti (PUCRS)
Diretoria de Documentação – Ana Paula Goulart Ribeiro (UFRJ)
Diretoria Editorial – Felipe Pena de Oliveira (UFF)
Diretoria de Relações Internacionais – Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
Diretoria Regional Norte – Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues (UFAM)
Diretoria Regional Nordeste – Aline Maria Grego Lins (UNICAP)
Diretoria Regional Sudeste – Nair Prata Moreira Martins (UFOP)
Diretoria Regional Sul – Marcio Ronaldo Santos Fernandes (UNICENTRO)
Diretoria Regional Centro-Oeste – Daniela Cristiane Ota (UFMS)

Conselho Fiscal

Elza Aparecida de Oliveira Filha (UP)
Luiz Alberto Beserra de Farias (USP)
Osvando José de Moraes (UNESP)
Raquel Paiva (UFRJ)
Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão (USP)

Conselho Curador – quadriênio 2013-2017

Presidente – José Marques Melo
Vice-presidente – Manuel Carlos Chaparro
Secretária – Cicília Peruzzo
Conselheiro – Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Conselheira – Anamaria Fadul
Conselheiro – Antonio Carlos Hohlfeldt
Conselheiro – Gaudêncio Torquato
Conselheira – Margarida Kunsch
Conselheira – Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Conselheira – Sonia Virginia Moreira

Secretaria Executiva Intercom

Gerente Administrativo – Maria do Carmo Silva Barbosa
Web Designer – Genio de Paulo Alves Nascimento
Assistente de Comunicação e Marketing – Jovina Gomes Fonseca



Fortuna Crítica de Antonio Hohlfeldt

*Entre Comunicação, Jornalismo
e Literaturas*

Direção Editorial
Felipe Pena de Oliveira

Presidência
Muniz Sodré (UFRJ)

Conselho Editorial – Intercom

Alex Primo (UFRGS)
Alexandre Barbalho (UFCE)
Ana Sílvia Davi Lopes Médola (UNESP)
Christa Berger (UNISINOS)
Cicília M. Krohling Peruzzo (UMESP)
Erick Felinto (UERJ)
Etienne Samain (UNICAMP)
Giovandro Ferreira (UFBA)
José Manuel Rebelo (ISCTE, Portugal)
Jeronimo C. S. Braga (PUC-RS)
José Marques de Melo (UMESP)
Juremir Machado da Silva (PUCRS)
Luciano Arcella (Universidade d'Aquila, Itália)
Luiz C. Martino (UnB)
Marcio Guerra (UFJF)
Margarida M. Krohling Kunsch (USP)
Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)
Marialva Barbosa (UFF)
Mohammed Elhajii (UFRJ)
Muniz Sodré (UFRJ)
Nélia R. Del Bianco (UnB)
Norval Baitelo (PUC-SP)
Olgária Chain Féres Matos (UNIFESP)
Osvando J. de Moraes (UNESP)
Paulo B. C. Schettino (UFRN/ASL)
Pedro Russi Duarte (UnB)
Sandra Reimão (USP)
Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)

Fortuna Crítica de Antonio Hohlfeldt

*Entre Comunicação, Jornalismo
e Literaturas*

Vol. 8 – Coleção Fortuna Crítica

Aline Strelow
(Org.)

SÃO PAULO
INTERCOM
2014

Coleção Fortuna Crítica Vol. 8 – Antonio Hohlfeldt –
Entre Comunicação, Jornalismo e Literaturas

Copyright © 2014 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Editor

Osvando J. de Moraes

Projeto Gráfico e Diagramação

Mariana Real e Marina Real

Capa

Mariana Real e Marina Real

Revisão

Carlos Eduardo Parreira

Ficha Catalográfica

Fortuna Crítica de Antonio Hohlfeldt – Entre Comunicação,
Jornalismo e Literaturas / Organizadora, Aline Strelow.
– São Paulo: INTERCOM, 2014.

Coleção Fortuna Crítica; vol. 8
186 p. ; 23 cm

ISBN: 978-85-8208-065-8
Inclui bibliografias.

1. Comunicação. 2. Comunidade. 3. Antonio Hohlfeldt.
4. Obras de Antonio Hohlfeldt. 5. Cultura. 6. História da
Comunicação. 7. Crítica. 8. Biobibliografia. I. Strelow, Aline.
II. Título.

CDD-079.09
CDD-302.23

Todos os direitos desta edição reservados à:
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM
Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros
CEP: 05415 - 012 - São Paulo - SP - Brasil - Tel: (11) 2574 - 8477 /
3596 - 4747 / 3384 - 0303 / 3596 - 9494
<http://www.intercom.org.br> – E-mail: intercom@usp.br

Perspectivas brasileiras em teorias da Comunicação: As contribuições de Antonio Hohlfeldt

KARINA JANZ WOITOWICZ¹

3.3 CAPÍTULO

O presente artigo propõe uma releitura da produção científica de Antonio Hohlfeldt, com o objetivo de identificar as contribuições do pesquisador para o conhecimento e a difusão das teorias da comunicação, em especial no que se refere às perspectivas brasileiras e latino-americanas. Para tanto, parte de um levantamento de cerca de 20 produções, entre livros, capítulos, prefácios, artigos em periódicos especializados e palestras publicadas para indicar aspectos da trajetória intelectual do autor no campo da Comunicação.

Certamente, este recorte não contempla a totalidade da produção científica de Antonio Hohlfeldt, nem esgota a relevância de seus trabalhos para a área. Ainda assim, constitui o esforço de sistematizar parte representativa de suas contribuições teóricas, que evidenciam o comprometimento do pesquisador no reconhecimento de autores e perspectivas no contexto do Brasil e da América Latina.

-
1. Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, diretora científica da Rede de Pesquisas e Estudo em Folkcomunicação (2011-2013), coordenadora do GP de Folkcomunicação da Intercom (2013-2014). E-mail: karinajw@hotmail.com

Ao recuperar alguns elementos biográficos sobre Antonio Hohlfeldt, seria possível destacar outros aspectos, como sua contribuição nas aproximações entre jornalismo e literatura, ou no jornalismo cultural, ou ainda na sua participação política. Porém, a opção apresentada justifica-se por constituir um dos eixos mais significativos da produção científica do pesquisador. Afinal, o ensino das teorias da Comunicação e os diálogos interdisciplinares propostos em diversos de seus trabalhos indicam uma trajetória de interesse pelo campo da pesquisa em Comunicação.

É este enfoque que se procura evidenciar ao longo deste texto. Antes, contudo, serão apresentados alguns aspectos do percurso biográfico e intelectual de Antonio Hohlfeldt, de modo a traçar sua trajetória no campo da Comunicação.

Aspectos da trajetória do pesquisador gaúcho

Professor na Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Antonio Hohlfeldt é graduado em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mestrado e doutorado em Linguística e Letras pela PUC-RS e pós-doutorado em Jornalismo na Universidade de João Pessoa, no Porto (Portugal).

Nascido em Porto Alegre em 1948, trabalhou no jornalismo no Rio Grande do Sul, nos jornais Correio do Povo, Diário do Sul e como colunista no Jornal do Comércio, na área da cultura. Também teve experiência como assessor da secretaria municipal de Porto Alegre e da secretaria estadual de Cultura entre os anos 1970 e 1980. Na área política, Hohlfeldt ingressou sua carreira nos anos 1980 como vereador na capital gaúcha e foi eleito vice-governador em 2002 no mandato de Germano Rigotto.²

Em sua trajetória, Antonio Hohlfeldt também se dedicou à literatura, sendo autor de livros de ficção infanto-juvenil e contos. É autor e organizador de mais de 30 livros – em que se destacam, entre outros, *Conceito e história do jornalismo brasileiro* (2008) e *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências* (2001) – além de diversos artigos em periódicos especializados e textos em anais de eventos científicos, que conferem uma trajetória acadêmica marcada por relevantes contribuições ao campo da Comunicação.

2. Informações disponíveis no artigo “Antonio Hohlfeldt, o gaúcho de múltiplas trajetórias”, de Tatiane Carvalho (2010) e na plataforma Lattes (CNPq).

Em 2007, Hohlfeldt conquistou o Prêmio Luiz Beltrão de maturidade acadêmica pelo trabalho de pesquisa em Comunicação. Desde 2008, é presidente da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), entidade científica que desenvolve diversas ações para o fortalecimento e a difusão da pesquisa na área. Também é sócio fundador da SBPJor (Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo) e integra as redes internacionais de comunicação, como a ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), a IAMCR (International Association for Mass Communication Research) e a Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação).

No artigo “Antonio Hohlfeldt: o gaúcho de múltiplas trajetórias”, Tatiane Carvalho (2010) observa que a produção científica do pesquisador situa-se entre o estudo das teorias da Comunicação e da história do Jornalismo. A filiação teórica do autor perpassa a teoria crítica e as mudanças decorrentes das teorias que abrem maior espaço para uma compreensão do papel ativo da audiência, principalmente a partir dos estudos culturais britânicos e das perspectivas latino-americanas.

Ao buscar os estudos à Teoria da Comunicação, Hohlfeldt teve como base a Escola de Frankfurt, com uma visão crítica e de esquerda sobre os meios de comunicação como fortes influenciadores das pessoas. Com o decorrer do tempo, após mais vinte anos, há uma mudança: o pesquisador passa a refletir sobre o direito de escolha dos receptores sobre os emissores, tendo uma visão sobre os estudos de recepção e audiência. (2010, p. 103)

Já em suas obras sobre a história do Jornalismo, Hohlfeldt dedica-se aos estudos regionais e nacionais e aos personagens que marcaram as ciências da comunicação. De acordo com Carvalho (2010, p. 103) “seu diálogo é, na maioria das vezes, com autores brasileiros, como José Marques de Melo, Nelson Werneck Sodré, Juarez Bahia, Ciro Marcondes Filho, Richard Romancini e a historiadora Isabel Lustosa”.

Esta característica de valorização das perspectivas brasileiras das teorias da Comunicação constitui, portanto, uma das mais significativas contribuições do pesquisador para a área, ao lado das suas reflexões sobre a história e o ensino do Jornalismo. É esta abordagem que se pretende desenvolver nas páginas que seguem, a partir da bibliografia comentada de Antonio Hohlfeldt em suas incursões pelas teorias da Comunicação.

A difusão da teoria e da pesquisa em Comunicação no Brasil

Pode-se dizer que, em algumas de suas obras, Antonio Hohlfeldt apresenta uma contribuição didática para o estudo das teorias da comunicação, oferecendo elementos para o ensino e a difusão do campo teórico da Comunicação no Brasil. Assim, compreender o desenvolvimento da área e as etapas da pesquisa em Comunicação, analisar as correntes teóricas e registrar os personagens de diferentes gerações que integram a história das teorias da comunicação revelam-se importantes preocupações do pesquisador.³

No livro *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências* (2001), organizado por Antonio Hohlfeldt, Luiz Carlos Martino e Vera Veiga França, são apresentadas correntes teóricas e perspectivas de pesquisa em comunicação. Hohlfeldt é autor de dois artigos – “As origens antigas: a comunicação e as civilizações” e “Hipóteses contemporâneas da pesquisa em comunicação” – que tratam, respectivamente, de aspectos epistemológicos e tendências de pesquisa na área (como os estudos do agenda setting, newsmaking e espiral do silêncio).

No primeiro deles, Hohlfeldt aborda o processo comunicacional como um fenômeno social e destaca a “existência de uma íntima relação entre os processos comunicacionais e os desenvolvimentos sociais” (2001, p. 63). Com base nesta perspectiva, analisa as funções da comunicação a partir do seu desenvolvimento em diferentes períodos e contextos: Grécia (século V a.C.), Roma (entre século I a.C. e o século I d.C.), Itália (século XV e XVI), França (final do século XVIII e ao longo do século XIX), Europa e Estados Unidos (a partir da segunda década do século XX). Assim, de acordo com o autor, percebe-se uma estreita relação entre a história da comunicação e as formas de compreender os fenômenos, com base na realidade de cada época.

Este aspecto transparece em outras produções de Hohlfeldt, quando identifica o processo de desenvolvimento das teorias da Comunicação a partir do contexto social e comunicacional vigente. Em *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil* (CASTRO, MELO e CASTRO, 2010), Antonio

3. No artigo “Teoria da comunicação: a recepção brasileira das correntes do pensamento hegemônico”, publicado no livro *O campo da comunicação no Brasil*, organizado pelo professor José Marques de Melo (2008), Hohlfeldt sistematiza os manuais e autores utilizados no ensino das teorias da Comunicação, identificando cinco fases. Com preocupação didática, o texto dialoga com o pensamento de José Marques de Melo, estabelecendo relações entre as etapas do desenvolvimento das teorias e a história da comunicação.

Hohlfeldt analisa os antecedentes, o desenvolvimento e os desafios do campo da comunicação. Em uma abordagem que considera o contexto histórico e social de cada época, o autor refere-se ao processo de evolução percorrido pela pesquisa em Comunicação, até a sua legitimação como campo científico. Neste cenário de desenvolvimento, analisa o surgimento e as transformações dos cursos de Comunicação no país, apresentando as configurações dos currículos, os impasses entre teoria e prática no ensino do Jornalismo, a regulamentação da profissão de jornalista, além do ensino da Publicidade e da Propaganda.⁴ A partir destas preocupações, traça os desafios atuais do campo acadêmico, em sintonia com as demandas de formação profissional.

Já no artigo “Tendências gerais”, que integra o livro *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil – 2011-2012* (CASTRO e MELO, 2012), Antonio Hohlfeldt recupera a trajetória da Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação) para analisar o cenário e o desenvolvimento da pesquisa na Galícia, em Portugal, no Brasil e no continente africano, que têm em comum a herança da colonização de expressão portuguesa.

O pesquisador defende que é preciso uma articulação entre os países, para conhecer melhor as raízes e assim melhor compreender o presente. Hohlfeldt critica o desconhecimento da história e dos pesquisadores brasileiros no exterior, identificando uma espécie de apagamento das contribuições do país ao campo teórico das ciências da Comunicação. Na análise do pesquisador,

Na presente conjuntura, há estudiosos brasileiros que se ligam a grupos de pesquisa organizados na Galícia, na Espanha ou em Portugal. Eventualmente, estudiosos brasileiros realizam doutorado ou pós-doutorado nessas regiões. Alguns autores portugueses e galegos são razoavelmente conhecidos no Brasil, mas poucos deles alcançam traduções ou edições em português do Brasil. A reciprocidade, porém, praticamente inexistente. Ainda no último congresso da Lusocom realizado em Lisboa, na Universidade Lusófona, foi mostrado que, do ponto de vista dos estudiosos

-
4. É importante registrar também a contribuição de Antonio Hohlfeldt para o campo das Relações Públicas, a partir do artigo intitulado “Os campos das Relações Públicas e das Teorias da Comunicação”, produzido em coautoria com Nelson Costa Fossati e Cláudia Peixoto de Moura, publicado no livro “Práticas acadêmicas em Relações Públicas” (2011). No texto, os autores discutem a pesquisa científica em Comunicação, oferecendo referencial teórico para a fundamentação da prática profissional em Relações Públicas.

portugueses, com raras exceções, as citações se dão muito mais a partir de autores franceses e norte-americanos, um pouco menos de ingleses e raramente de galegos e de espanhóis, do que brasileiros (HOHLFELDT, 2012, p. 109)

Antonio Hohlfeldt também se dedica a analisar a pesquisa em Comunicação a partir do cenário nacional na atualidade. Em artigo produzido em parceria com Marialva Barbosa, publicado no livro “Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil – 2011-2012” (CASTRO e MELO, 2012), os autores elaboram observações críticas, com base nos dados e análises dos trabalhos apresentados no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (promovido pela Intercom), realizado em Recife/PE em 2011. No artigo, Hohlfeldt e Barbosa procuram mapear 302 trabalhos apresentados nas divisões temáticas (DTs) Jornalismo e Interfaces comunicacionais, oferecendo ainda elementos que permitem caracterizar o Congresso anual da Intercom⁵ como um reconhecido fórum para “diagnosticar os avanços e os recuos do ensino, bem como para mapear as tendências da pesquisa” na área da Comunicação (2012, p. 134).

Na análise realizada pelos autores sobre as pesquisas em Comunicação, destaca-se a característica de interdisciplina nos trabalhos apresentados nos grupos.

De maneira geral, podemos dizer que a divisão Interfaces Comunicacionais se caracteriza essencialmente pela construção de universos teóricos oriundos de múltiplas disciplinas. Assim, a maioria dos trabalhos utiliza referenciais, muitas vezes, de mais de um campo de estudo, sendo aqui claramente caracterizada a construção teórica da Comunicação como uma multidisciplinaridade. (2012, p. 141)

A preocupação com a constituição do campo e com os rumos da pesquisa em Comunicação perpassa o reconhecimento da interdisciplinaridade da área, associado à necessidade de constituição de um campo específico de estudo. Neste sentido, os autores analisam:

Observa-se, em primeiro lugar, uma troca entre disciplinas, que se constitui quase como marca dos estudos de Comunicação, mas na procura

5. De acordo com o artigo, foram selecionados, em 2011, 1503 trabalhos, sendo 948 nos 29 GPs da Intercom, o que revela a representatividade do evento como canalizador das pesquisas na área.

por estabelecer, a partir desses diálogos, reflexões próprias do universo comunicacional, configurando-se o campo como portador de um saber específico. Disso resulta a construção de conceitos singulares e a proliferação de universos teóricos que se sedimentaram consideravelmente, sobretudo na última década. (2012, p. 143)

As preocupações em torno das teorias da Comunicação aparecem nas análises realizadas por Hohlfeldt sobre o desenvolvimento e o cenário atual da pesquisa na área, conforme se observa nos estudos mencionados. Em meio a estas formulações, que indicam os avanços e tendências de estudo dos fenômenos comunicacionais, identifica-se o lugar da folkcomunicação na produção científica do pesquisador, conforme abordagem a seguir.

O reconhecimento acadêmico da teoria da Folkcomunicação

Entre os trabalhos produzidos por Antonio Hohlfeldt, destacam-se diversos textos e conferências dedicados ao reconhecimento da pertinência de teóricos brasileiros da comunicação, em que se evidencia a teoria da folkcomunicação de Luiz Beltrão. Neste sentido, é importante registrar que a publicação na íntegra da tese de doutorado de Luiz Beltrão ocorreu por iniciativa de Antonio Hohlfeldt, que viabilizou a edição do livro junto à editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul no ano de 2001. Originalmente escrito em 1967, o texto “Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” conferiu a Beltrão o título de primeiro doutor da área da Comunicação no Brasil pela Universidade de Brasília, mas foi publicado apenas parcialmente no livro *Comunicação e Folclore* (1971) em tempos de censura, durante a ditadura militar no Brasil.⁶

-
6. De acordo com Roberto Benjamin (2008, p. 282), “a divulgação da teoria foi prejudicada pela não publicação em edição de grande circulação da tese defendida na Universidade de Brasília. Somente em 1971 Beltrão publicou *Comunicação e Folclore*, que apresenta, com ligeiras alterações de redação, a segunda parte da tese de doutoramento. A edição da obra, sem a introdução teórica, foi retardada devido aos problemas políticos e pessoais que resultaram no afastamento de Luiz Beltrão da direção da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília”. (BENJAMIN, Roberto. *Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Ano 5. N. 8-9, 2008).

No artigo “O profissional de jornalismo e o preparador de jornalistas”, publicado no livro *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias* (2001), Antonio Hohlfeldt assinala a vocação pedagógica na carreira e na obra de Luiz Beltrão, característica esta presente não apenas em seus escritos sobre folkcomunicação, mas também nos estudos sobre teoria e prática do jornalismo. Conforme o autor (2001, p. 34),

Beltrão foi, acima de tudo, um abnegado apóstolo que pregou incessantemente a importância da comunicação para a sociedade humana; a necessidade intrínseca ao ser humano de informar-se e informar; o estágio da comunicação de massa que então chegava fortemente no Brasil, a partir dos anos 60; o significado social do jornalismo; a defesa do profissional jornalista especializado e, enfim, para tanto, a urgência da criação das escolas de jornalismo, menos para a formação do que para a preparação dos jornalistas, como reafirmava constantemente.

Estas preocupações repercutem na abordagem realizada por Antonio Hohlfeldt sobre a trajetória e as contribuições acadêmicas de Beltrão registradas no livro *Luiz Beltrão: pioneiro das ciências da Comunicação no Brasil*, organizado por José Marques de Melo e Osvaldo Trigueiro (2007). No artigo em questão, Hohlfeldt analisa três perspectivas (2007, p. 77-78):

a) sua contribuição para os estudos da teoria e dos processos comunicacionais em geral [...]; b) sua contribuição para os estudos do jornalismo, desde seu trabalho vinculado ao CIESPAL, passando depois pelo ICINFORM e o conjunto de livros que produziu em torno dos diferentes tipos de jornalismo por ele identificados, como o jornalismo informativo (1969), o jornalismo interpretativo (1976) e o jornalismo opinativo (1980) [...]; c) sua contribuição à literatura brasileira de ficção [...].

Por meio deste percurso pelas contribuições de Luiz Beltrão, Hohlfeldt observa que Luiz Beltrão é o pioneiro latino-americano dos estudos comunicacionais, com reflexões sobre a comunicação e sobre o jornalismo. Assim, conforme o autor (2007, p. 82), “mais do que pensar apenas uma teoria, Luiz Beltrão foi capaz de optar por uma teoria (modo de ver e explicar a realidade) capaz de dar conta plenamente daquela realidade por ele estudada”, o que evidencia a importância dos estudos em folkcomunicação para as teorias brasileiras.

Perspectiva semelhante é desenvolvida no artigo “Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século” (1997), em que Hohlfeldt revisita a obra de

Beltrão para analisar o caminho trilhado e projetar os desafios da pesquisa em folkcomunicação.⁷ Nesta trajetória, reconhece a folkcomunicação como “comunicação de resistência” e observa sua natureza como “campo interdisciplinar, por exigir simultaneamente apelo a diferentes áreas não só das ciências sociais, em aproximações horizontais e equitativas, quanto multidisciplinar” (1997, p. 26).

Ao discutir as novas tendências de pesquisa na área, Hohlfeldt chama a atenção para o fato de que a folkcomunicação é o “estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos” (2003, p. 02). Contudo, apesar da sua pertinência para as ciências da Comunicação, em função de se tratar de uma disciplina dinâmica e aberta a constante reinterpretação, sofre resistências para se incorporar no meio acadêmico.

Para o autor, esta resistência se deve a dois aspectos: “de um lado, a falta de coerência, refinamento e acuidade teórica que boa parte dos pesquisadores de folkcomunicação evidenciam, terminando por confundir o conceito de manifestação folclórica ou de cultura popular como de folkcomunicação”; “de outro, o preconceito e a desconfiança, em boa parte motivados por nosso complexo de inferioridade cultural que prefere incorporar perspectivas estrangeiras àquelas nacionais, quando no estudo de fenômenos sócio-culturais” (2003, p. 04).

Por isso mesmo, a folkcomunicação tem enfrentado alguns desafios, na visão do autor, que precisam ser superados para o fortalecimento e reconhecimento da disciplina no meio acadêmico, a saber: dificuldade para o acesso à bibliografia original de Luiz Beltrão; necessidade de se pensar prática e reflexivamente os princípios teóricos da folkcomunicação; sistematização de uma metodologia e de tipologias para a pesquisa da folkcomunicação; recepção da folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica nos cursos universitários de comunicação (2012, p. 59-60). Na análise de Hohlfeldt,

Gradualmente, a folkcomunicação vem encontrando espaço em meio aos estudos comunicacionais brasileiros, atingindo, já, aproximações com estudos semelhantes na América Hispânica e até mesmo na Europa ibérica, o que lhe garante não apenas sobrevivência, mas também possi-

7. O artigo analisa as festas populares enquanto manifestações comunicacionais e é resultado da participação do autor na IV Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Campo Grande, 2001).

bilidade de diálogo, o insumo mais importante para a vitalidade de toda e qualquer teoria, seja em que campo for do conhecimento humano. (2012, p. 61)

Com base nas reflexões apresentadas pelo autor, pode-se dizer que Hohlfeldt não apenas analisa a trajetória da folkcomunicação como se insere no contexto das produções acadêmicas na área. Motivado por várias vezes pelo mestre José Marques de Melo, o pesquisador já produziu reflexões ancoradas na teoria de Luiz Beltrão, promovendo releituras e avanços teóricos. Exemplo disso são suas produções sobre folkcomunicação política, festas populares, líderes de opinião, cultura de massa e popular.

Em participação no livro *Noções básicas de folkcomunicação* (2007), Hohlfeldt produziu o verbete “cultura de massa”, em que perpassa o conceito a partir de diferentes abordagens, mais ou menos pessimistas, sobre este fenômeno do século XX. Ao acionar teóricos culturoológicos, críticos, entre outras vertentes, o autor apresenta definições e variações do conceito. Propõe, assim, uma abordagem histórica que contempla o surgimento e o impacto da cultura de massa, relacionando ainda o conceito de cultura de massa com a concepção de Beltrão.

Hohlfeldt também apresenta uma contribuição ao campo teórico da folkcomunicação, na perspectiva da política. No artigo “A imagem da política e dos políticos na perspectiva da folkcomunicação: uma abordagem exploratória” (2005), apresentado originalmente na 7ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação, o autor discute o colonismo político a partir dos diferentes modos de circulação de informações e boatos. Inicialmente, Hohlfeldt retoma os conceitos relacionados ao jornalismo e ao colonismo político, passando pela folkcomunicação para caracterizar os escândalos políticos e analisar exemplos relacionados ao campo da política.

Ao diferenciar o boato dos *fait divers*, o autor observa:

O boato, de modo geral, nasce dentro de um círculo oficial, a partir de uma fonte não identificada que, impedida de transmitir o conjunto de informações a respeito do fato, deixa escapar alguns elementos que, espalhados, vão gerando expectativas múltiplas entre os diferentes receptores. (2005, p. 17)

Após analisar casos específicos caracterizados pela construção de acontecimentos com base em boatos, Hohlfeldt (2005, p. 21) considera que “o imaginário que se faz da política e dos políticos, de modo geral, cria expectativas a serem atendidas, reduzindo-se acontecimentos variados a determinada tipologia que

permite o receptor identificar e identificar-se – ou não – com aquela prática ou aquele personagem” (2005, p.21).

É neste sentido que o pesquisador contribui para o estudo da folkcomunicação, apresentando possíveis abordagens e reflexões a respeito das práticas de comunicação popular, ao mesmo tempo em que projeta a relevância da disciplina para o meio acadêmico.

A difusão das perspectivas teóricas brasileiras

No conjunto de textos produzidos por Antonio Hohlfeldt, torna-se evidente o comprometimento com o registro das contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional. Esta preocupação motivou o autor a integrar diversas iniciativas de difusão de pesquisadores brasileiros, em que se destacam Luiz Beltrão e José Marques de Melo.

Por ocasião do cinquentenário do livro *Iniciação à filosofia do jornalismo*, de Luiz Beltrão (publicado em 1959), Antonio Hohlfeldt registra a contribuição do pensador brasileiro para a teoria e o ensino do Jornalismo, analisando aspectos contextuais da obra. A liberdade, a responsabilidade e a ética são apontadas como questões centrais do livro de Beltrão, o que permite compreender o conceito de jornalismo empregado pelo autor e reproduzido por Hohlfeldt: “Jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (BELTRÃO, 1959, p. 62 apud HOHLFELDT, 2010, p. 30).

Hohlfeldt se propõe a realizar uma leitura em profundidade da estrutura do livro de Beltrão (que compreende quatro partes: “as manifestações do jornalismo”, “os caracteres do jornalismo”, “os agentes do jornalismo” e “as condições do jornalismo”), de modo a reconhecer o processo de formulação teórica do autor a respeito das etapas e dos agentes relativos à atividade jornalística, identificando o ideal do jornalismo na sociedade para o jornalista e professor Luiz Beltrão.

Em outro artigo, intitulado “A comunicação enquanto diálogo em Paulo Freire e Luiz Beltrão” (2009), Hohlfeldt propõe uma aproximação entre Luiz Beltrão e Paulo Freire, considerando a contemporaneidade e a complementaridade de suas obras, no contexto dos anos 1960. Para tanto, recorre ao conceito de dialogia defendido por Freire e à noção de folkcomunicação como comunicação dos marginalizados proposta por Beltrão para compreender as preocupações comuns entre os respectivos autores brasileiros com os segmentos populares da sociedade. Assim, os princípios de diálogo, participação, horizontalidade

e informalidade constituem terreno fértil para a investigação dos fenômenos da cultura e da comunicação popular. Hohlfeldt (2009, p. 102) assim menciona a relevância das ideias de Freire e Beltrão:

Destaque-se, de qualquer modo, que Luiz Beltrão e Paulo Freire, cada qual a seu modo, mas complementarmente, deram passos importantes no sentido da integração dessas populações marginalizadas, reconhecendo-lhes meios de autoafirmação, de diálogo e de reconhecimento junto aos segmentos de elite letrada, econômica e cultural. Por isso, é importante que lhes conheçamos as ações, as teorias e as potencialidades que seus estudos nos alcançam. Neles precisamos nos inspirar para buscar tudo o que seja possível fazer, para diminuir as distâncias que separam nossas populações, antes que as possibilidades reais dessas pontes sejam definitivamente cortadas.

Por sua vez, no artigo “Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos” (1999), Antonio Hohlfeldt analisa a obra de José Marques de Melo a respeito das instituições latino-americanas dedicadas à pesquisa em Comunicação. O papel da Unesco, as políticas de comunicação no Brasil e na América Latina e a transição democrática incidem sobre o pensamento comunicacional, aliando a reflexão teórica à busca de alternativas para transformar a comunicação. As contribuições de José Marques de Melo são analisadas por Hohlfeldt a partir dos cenários sociais e comunicacionais projetados pela Escola Latino-Americana de Comunicação.

Já no prefácio do livro “José Marques de Melo, construtor de utopias” (2010), Antonio Hohlfeldt destaca a importância da trajetória do professor José Marques de Melo no campo da Comunicação no Brasil e na comunidade acadêmica internacional, destacando seu protagonismo e participação no fortalecimento do campo da pesquisa na área. O primeiro número da série Personalidades, da coleção Memórias da Intercom, presta uma homenagem a José Marques de Melo, ao resgatar sua trajetória intelectual e sua atuação como idealizador, fundador e primeiro presidente da Intercom.

Também observa o papel da entidade científica no compromisso de difundir o pensamento comunicacional brasileiro, ao lançar a coleção que registra as contribuições de seus presidentes, intelectuais reconhecidos pela trajetória acadêmica na área da Comunicação. Como representante da Intercom, Hohlfeldt participa de diversas iniciativas de divulgação do pensamento comunicacional brasileiro, a exemplo das coleções Memórias e Personalidades, lançadas pela Intercom com o propósito de documentar a pesquisa científica no Brasil. Nas palavras de Hohlfeldt, por ocasião da comemoração dos 34 anos de fundação da Intercom,

Num país que prima pela memória curta, esperamos que estas iniciativas sirvam, não apenas para documentar nossa história, quanto para contribuir no sentido de fomentar o entusiasmo das novas gerações quanto à importância da pesquisa e da estreita relação entre a prática profissional e a reflexão teórica que só a academia permite. (2010)

Perspectiva semelhante é evidenciada no livro “Vozes de resistência e combate: o legado crítico da comunidade acadêmica” (2010), organizado por José Marques de Melo e Osvando de Moraes, que recupera a história da Intercom e revela a trajetória de lutas, resistências e conquistas no processo de legitimação da entidade científica que acompanhou a luta pela liberdade e pela democracia no Brasil. No prefácio da obra, Hohlfeldt destaca a atuação do professor José Marques de Melo na criação da entidade e o modo como a Intercom passou a representar os interesses da comunidade acadêmica, na defesa da qualidade da comunicação e no desenvolvimento da pesquisa científica.⁸

Também o livro *Antologia de pesquisadores brasileiros* (2004), organizado por Antonio Hohlfeldt e Maria Cristina Gobbi, constitui importante registro de diferentes gerações de pesquisadores brasileiros em suas contribuições para a construção do conhecimento no campo da Comunicação. A obra traz trabalhos de 12 pesquisadores destacados pelo Prêmio Luiz Beltrão, reconhecidos a partir da chamada geração renovadora e da geração inovadora, que se somam às análises de um pesquisador/comentarista a respeito do perfil intelectual dos autores. Na geração pioneira, localizam-se os textos de Luiz Beltrão e José Marques de Melo. Moacir Pereira, Sérgio Caparelli, Sérgio Mattos, Muniz Sodré, Antonio Costella e Carlos Eduardo Lins da Silva fazem parte da geração renovadora no contexto da obra. E Pedro Gilberto Gomes, Sérgio Carvalho, Francisco Rüdiger, Juremir Machado da Silva, José Benedito Pinho e Eduardo Meditsch situam-se na geração inovadora.

De acordo com Hohlfeldt, as três gerações mencionadas traduzem o estágio das pesquisas no Brasil:

-
8. Também no livro “Paradigmas brasileiros em ciências da comunicação” (2012), organizado por José Marques de Melo, Rosa Maria Dalla Costa e Jovina Fonseca, aparece a preocupação com o registro da trajetória das ciências da Comunicação. Nesta obra, editada pela Intercom, são apresentados os perfis das instituições vencedoras do Prêmio Luiz Beltrão. A contribuição de Antonio Hohlfeldt neste trabalho consiste em registrar o pioneirismo da Editora Vozes na publicação de obras pertinentes à área.

Pode-se dizer que entre uma e outra geração permeia cerca de duas décadas em que o panorama da pesquisa em geral, no Brasil, e em especial na área da Comunicação, sofreu sensível modificação, ampliando-se e aprofundando-se. (2007, p. 10)

A partir do esforço em registrar tais contribuições acadêmicas ao campo das ciências da Comunicação, Antonio Hohlfeldt assume importante papel na difusão do conhecimento científico, protagonizando a valorização da pesquisa realizada no Brasil. Desse modo, como professor, pesquisador e representante de entidades científicas, demarca sua participação na produção acadêmica em Comunicação e na divulgação do pensamento comunicacional, com vistas ao fortalecimento do cenário nacional.

Referências

HOHLFELDT, A. C. Pesquisa em folkcomunicação: possibilidades e desafios. In: LOPES FILHO, Boanerges; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José (orgs.). **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012; p. 53-64.

HOHLFELDT, A. C.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HOHLFELDT, A. C. Cinquentenário de publicação de “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, de Luiz Beltrão. *Conexão (UCS)*, v. 09, p. 27-39, 2010. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/616/455>

HOHLFELDT, A. C. A comunicação enquanto diálogo em Paulo Freire e Luiz Beltrão. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 11, p. 94-102, 2009. Disponível em: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/101/99>.

HOHLFELDT, A. C. A imagem da política e dos políticos na perspectiva da folkcomunicação: uma abordagem exploratória. *Revista Signos*. Lajeado/RS, v. 1/2, p. 07-25, 2005. Disponível em: http://www.univates.br/files/files/univates/editora/arquivos_pdf/revista_signos/ano26_n1e2_2005/A_imagem_da_politica_e_dos_politicos.pdf

HOHLFELDT, A. C. Novas tendências nas pesquisas de Folkcomunicação. PCLA. Pensamento Comunicacional Latino Americano (Online), São Paulo, v. 4, n.2, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm>

HOHLFELDT, A. C. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Universidade Metodista de São Paulo, vol. 1, n. 1, set. 1997. São Bernardo do Campo: UMESP, 1997; p. 25-34.

HOHLFELDT, A. C. Luiz Beltrão – O profissional de jornalismo e o preparador de jornalistas. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001; p. 33-50.

HOHLFELDT, A. C. (Org.); GOBBI, Maria Cristina (Org.); SOUSA, J.P. (Org.); PARÉS I MAICAS, Manuel (Org.); DUARTE, Gustavo A. León (Org.); MCANANY, Emile G. (Org.). **José Marques de Melo, construtor de utopias**. 1. ed. São Paulo: INTERCOM, 2010.

MELO, José Marques de; HOHLFELDT, A. C.; FARO, José S.; FADUL, Anamaria; MATTOS, Sérgio; DIMAS Filho, Nelson; CAPARELLI, Sérgio; BARBOSA, Marialva; FAUSTO NETO, Antonio; CHAPARRO, Manuel Carlos; LOPES, Maria Immacolata Vassalo; MORAN, José Manuel; ERBOLATO, Mario; HALLIDAY, Tereza; MARASCHIN, Jaci; MOURÃO, Maria Dora; MULLER, Carlos Alves; SOARES, Ismar de Oliveira; BUENO, Wilson; HERZ, Daniel; SANTORO, Luiz Fernando; MARCONDES Filho, Ciro; ALVES, Luiz Roberto; AVERBUCK, Ligia; MOREL, Marco, et al. **Vozes de resistência e combate**: O legado crítico da comunidade acadêmica. 1. ed. São Paulo: INTERCOM, 2010.

MELO, José Marques de; KUNSCH, M.; CASTRO, Daniel; CASTRO, Cosette; MEDOLA, Ana Silvia; HOHLFELDT, A. C. **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. 1. ed. Brasília: IPEA-SOCICOM, 2010. v. 3.

GOBBI, Maria Cristina; HOHLFELDT, A. C.; CALLADO, Ana Arruda; RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos; SÁ, Adisia; LIMA, Maria Erica Oliveira; STRELOW, Aline; BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart; XAVIER, Ismail; MENDES, Adilson; WAINBERG, Jacques; PETRICK, Manuel; TARGINO, Maria das Graças; FERREIRA, Giovandro; BRITTES, Ju-

çara; PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre; SILVA, Elias Machado da; LUCHT, Janine Marques Passini; PEREIRA JUNIOR, Alfredo Vizeu; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; KUNSCH, M.; CASTRO, Cosette. **Teoria da comunicação**: Antologia de pensadores brasileiros. 1. ed. São Paulo: INTERCOM, 2010.

HOHLFELDT, A. C. (Org.); GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da Comunicação** - Antologia de Pesquisadores brasileiros. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

HOHLFELDT, A. C. Pioneirismo no campo da comunicação. In: MELO, José Marques de; DALLA COSTA, Rosa Maria; FONSECA, Jovina. (Org.). **Paradigmas brasileiros em Ciências da Comunicação**. 1ed. São Paulo: INTERCOM, 2012, v. 5, p. 241-262.

HOHLFELDT, A. C. Tendências gerais. In: MELO, José marques; CASTRO, Daniel. (Org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil - 2011-2012**. 1ed. Brasília: IPEA; SOCICOM, 2012, v. 2, p. 107-112.

BARBOSA, Marialva; HOHLFELDT, A. C. Ciências da comunicação. In: MELO, José Marques de; CASTRO, Daniel. (Org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil - 2011-2012**. 1ed. Brasília: IPEA-SOCICOM, 2012, v. 2, p. 133-144.

FOSSATTI, Nelson Costa; HOHLFELDT, A. C.; MOURA, Cláudia Peixoto de. Os campos das Relações Públicas e das Teorias da Comunicação. In: MOURA, Cláudia Peixoto et FOSSATTI, Nelson Costa. (Org.). **Práticas acadêmicas em relações públicas**. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 24-41.

MELO, José Marques de; HOHLFELDT, A. C.; DUARTE, Gustavo A. León; CIMADEVILLA, Gustavo; SILVA, Elias Machado da; KUNSCH, M.; SCHMIDT, Cristina; GOMES, Neusa Demartini; MOREIRA, Sonia Virginia; REIMÃO, Sandra; PAIVA, Raquel; PESSONI, Arquimedes; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz; QUEIROZ, Adolpho. Teoria da comunicação: A recepção brasileira das correntes do pensamento hegemônico. In: José Marques de Melo. (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. 1ªed. Petrópolis: Vozes, 2008, v. 01, p. 23-36.

HOHLFELDT, A. C. Contribuição aos estudos acadêmicos de Comunicação Social de Luiz Beltrão. In: José Marques de Melo; Osvaldo Trigueiro. (Org.). **Luiz Beltrão - Pioneiro das ciências da comunicação no Brasil**. 1ªed. João Pessoa; São Paulo: UFPB; Intercom, 2007, p. 85-99.

HOHLFELDT, A. C. Cultura de Massa. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. (Org.). **Noções básicas de Folkcomunicação** - Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. 1ed. Ponta Grossa: UEPG - Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2007, p. 47-53.

HOHLFELDT, A. C. Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 10, p. 199-200, 1999. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3045/2323>.

CARVALHO, Tatiane. Antonio Hohlfeldt: o gaúcho de múltiplas trajetórias. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 14, n.14, jan/dez. 2010; p. 95-104.

