

Vol. III

Ciências da Comunicação no Brasil

50
ANOS
Histórias para contar

**Século XXI
Empirismo Crítico**

**Carlos Eduardo Lins da Silva
José Marques de Melo
Maria Cristina Gobbi
Osvando J. de Moraes
Orgs.**



Uma nova realidade no contexto da comunicação foi inaugurada no novo século, pautada pelo desenvolvimento vertiginoso dos *media*, reféns da aceleração das pesquisas científicas de base que alimentam as Ciências Aplicadas, e da implementação de tecnologias voltadas para o incremento e produção de instrumentos e artefatos utilizados nos processos comunicacionais com rapidez de obsolescência.

As instituições de mídia ganharam força. Assumem papéis importantes – tanto de caráter normativo como de formação do ‘juízo’ público –, confirmando sua condição de poder junto aos poderes do Estado, status já antevisto pelo historiador inglês, Thomas Carlyle, desde os meados do séc. XIX, e que é notadamente forte na área de telecomunicação, considerando suas qualidades de portabilidade, simultaneidade e ubiquidade, refletidas nas intercomunicações individuais e de grupo viabilizadas pela Internet.

Quase todas as grandes lutas que objetivaram consolidar o campo acadêmico da Comunicação no Brasil aconteceram por imposição de ideias e como consequência da divisão do mundo. O propósito deste

Ciclo de Conferências é subsidiar as novas gerações de pesquisadores que resistem em seus espaços e fortalecer criticamente a área, estabelecendo um pensamento comunicacional brasileiro demandado pelas transformações cultural e o comunicacional.

A Comunicação em nosso país mudou no que diz respeito aos *media*, à indústria cultural, à pesquisa e ao ensino. Pode-se afirmar que a História da Comunicação não se separa dos grandes acontecimentos e dos grandes embates que possibilitaram a construção do universo multifacetado da Comunicação que temos hoje.

A cisão nos meios acadêmicos entre os puramente teóricos e os empíricos, que enfatizam a prática; e a cisão entre universidade e mercado, no que diz respeito às diferentes habilitações profissionais ofertadas aos que buscam o Ensino na área, serão alguns dos temas a serem examinados por intermédio dos livros de pesquisadores da área.

Osvando J. de Moraes
UNESP - Bauru

Vol. III

Ciências da
Comunicação no Brasil



ANOS

Histórias para contar

Século XXI
Empirismo Crítico

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 – Tassiana 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 J. de Moraes (UNESP)
Raquel Paiva de Araujo Soares (UFRJ)
Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão (USP)

Conselho Curador – quadriênio 2013-2017

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

Secretaria Executiva Intercom

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

Pioneirismo de Beltrão nos estudos Comunicacionais no Brasil

Maria Cristina Gobbi¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Na atualidade evidenciam-se ações e formas de apropriações da cultura popular pelos meios de comunicação, nem sempre perceptíveis aos menos atentos. São costumes, credos e outras formas de participação social, presentes em manifestações culturais diversas e que repercutem intensamente nas camadas mais

-
1. Livre-docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina pela UNESP (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"), Pós-doutora em Integração Latino-Americana pelo PROLAM-USP (Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo), Vice-Coordenadora do PPGTVD (Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital), Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCom (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação) da Unesp, Câmpus Bauru. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

populares, revelando um mosaico sociocultural que rompe o isolamento social. No Brasil, a teoria da Folkcomunicação, definida por Luiz Beltrão, considerada a primeira Teoria da Comunicação nacional, vem incorporando ao universo simbólico das comunidades periféricas as possibilidades de fixação de seus valores culturais no mundo globalizado, sem perder as especificidades que desenham os contornos do mapa das singularidades regionais.

Estudiosos, sob a batuta de pesquisadores pioneiros como: Roberto Benjamim, José Marques de Melo, Oswaldo Trigueiro, Antonio Hohlfeldt entre outros e de desbravadores, como: Betania Maciel, Cristina Schmidt, Fabio Corniani, Guilherme Fernandes, Jacqueline Dourado, Karina Woitowicz, Marcelo Pires de Oliveira, Maria Érica de Oliveira, Severino Lucena etc, vem estimulando as novas gerações para o conhecimento sobre o amplo campo de pesquisas que é Folkcomunicação.

O mestre Beltrão, em vários de seus textos, definiu a Folkcomunicação como “[...] conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais”. Esse conjunto de procedimentos, que se refere Beltrão, pode ser entendido como as múltiplas formas que essas audiências utilizam para realizar o processo de comunicação, que muitas vezes não estão ligadas aos meios de massa, mas a cultura popular e suas múltiplas formas de manifestações. Sim, a folkcomunicação é um processo de intercâmbio de mensagens, mas não é o estudo da cultura popular ou do folclore. Como bem definiu Hohlfeldt² (2011), “[...] 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”.

É interdisciplinar, como a própria Comunicação, pois esquadrinha a partir de outras ciências, algumas já consolidadas, empréstimos para amparar seus saberes, muitas vezes contraditórios, pois seus estudos estão sempre a margem de teorias mais estabilizadas. O campo da Folkcomunicação é um espaço em construção, porquanto os princípios básicos definidos por Beltrão, na década de 1960, estão em constante processo de reinterpretação e reside, neste ponto, a importância e o grande desafio de sua incorporação no espaço acadêmico. Através da junção teoria e prática é possível revisitar a obra pioneira, mas e também trazer, por

2. Informação oral. Texto apresentado durante a conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, no ano de 2011.

meio dos estudos que vem sendo realizados, outros olhares, que são capazes de permitir novos entendimentos e práticas, desafiando as jovens gerações para a construção de um arsenal teórico-conceitual amplo, apropriado para atender as demandas da atual comunicação globalizada e digital, por exemplo.

Assim, o ciclo de palestras organizado pela FAPESP/INTERCOM comemorando os 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil, tendo como agulhão os 95 anos de nascimento de Luiz Beltrão, através desta publicação, oferece a possibilidade de rever clássicos e para muitos o conhecimento sobre o legado de um grupo de pesquisadores que, por meio de olhares interdisciplinares, saíram de suas singulares conceituais e construíram um arsenal amplo e rico de conceitos para a consolidação do campo comunicacional. Os três volumes compostos por obras e autores minuciosamente escolhidos e revisitados criticamente por pesquisadores e profissionais se constituem em um legado excepcional para a área, oferecendo a nova geração um amplo manancial conceitual.

Sob a coordenação geral do professor José Marques de Melo, o apoio da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo) e da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) os volumes evidenciam a contribuição paulista para os estudos da área.

O volume 3, Século XXI: Empirismo Crítico, está dividido em 4 partes. Na primeira - Ideias revisoras - são revistados os autores: Edvaldo Pereira Lima por Mônica Martinez, Sergio Amadeo da Silveira por Francisco Machado Filho, Margarida M K. Kunsch por Luiz Alberto de Faria, Lúcia Santaella por Vander Casaqui, Luiz Alberto de Farias por Valeria Siqueira Castro Lopes, Fabio Josgrilberg por Rose Mara Vidal de Souza, Adolpho C. F. Queiroz por João Anzanello Carrascoza, Cristina Schmidt por Iury Parente Aragão, Paulo B. C. Schettino por Fabio Lacerda Soares Pietraroia, Luis Roberto Alves por Roseli Figaro e Osvando José de Moraes por Paulo B. C. Schettino.

Século XXI, parte II - Ideias instigadoras - estão as contribuições de Waldomiro Vergueiro, Paulo Ramos e Nobu Chinen por Regina Giora; Esther Hamburger por Maria Aparecida Baccega; Adilson Citelli por Ana Luisa Zaniboni Gomes; Cristina Costa por Barbara Heller, Mauro Wilton de Souza por Clarissa Josgrilberg Pereira; Roseli Figaro por Claudia Niciolini Rebechi; Heloisa Mattos por Celso Figueiredo Neto e Sandra Reimão por Flamarion Maues.

Ideias Inquietadoras, parte III, estão os textos e análises de Silvia Borelli por Richard Romancini; José Arbex por Maria Elisabete Antonioli; Ladislau Dowbor por Francisco Rolfsen Belda; Roberto Elísio dos Santos por Rozinaldo Antonio Miani; Elizabeth Moraes Gonçalves por Eneus Trindade; Cicilia M. K.

Peruzzo por Eduardo Amaral Gurgel; Américo Francisco Pellegrini por Eliane Penha Mergulhão Dias; Marcelo Bulhões por José Carlos Marques; Magali Cunha por Paulo Ferreira; Jerusa Pires Ferreira por Laan Mendes de Barros; Marcelo Briseno por Sonia Jaconi; Fernão Pessoa Ramos por Marcos Corrêa; Wilson da Costa Bueno por Isildinha Martins e Ciro Marcondes Filho por Ana Paula de Moraes Teixeira.

A última etapa que compõe o volume - Ideias impulsionadoras - estão disponibilizados os trabalhos de Malena Contreras por Renata Carvalho da Costa; Dimas Kunsch por Mariza Romero; José Carlos Marques por Matthew Shirts; Mauro de Souza Ventura por José Eugenio de O. Menezes; Antonio Adami e Carla Longhi por Tyciane Cronenberger Viana Vaz; Ana Maria Balogh por Nanci Maziero Trevisan; Caio Tulio Costa por Ana Carolina Castro; Maria Cristina Gobbi por Lana Cristina Nascimento Santos; Laurindo Leal Filho por Juliano Mauricio de Carvalho; Ruy Sardinha por Pablo Ortellado; Anita Simis por João Elias Nery; Sebastião Squirra e Valdecir Becker por Dirceu Lemos da Silva; Rosemaria de Melo Rocha e Luis João Carrascoza por Daniel S. Galindo; José Eugenio Menezes e Marcelo Cardozo por Marcelo Bulhões e Sonia Jaconi por Jane Marques.

A obra, uma referência para estudiosos da Comunicação, é uma fonte rica de ideias consolidadas, mas analisadas sob a esguelha de múltiplas óticas. Trata-se de um referencial teórico documental extraordinário para todos aqueles que desejam conhecer as diversas possibilidades ofertadas pelos estudos na área.