

Quem sabe, faz a hora

José Marques de Melo

Professor Emérito da ECA-USP

Diretor/Titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação

As ciências da comunicação estão celebrando 50 anos de produção e difusão de conhecimentos no Brasil, figurando São Paulo como polo dinamizador desse novo campo do saber, hoje valorizado em todo o território nacional. (MARQUES DE MELO, 2004)

Historicamente, porém, a efeméride comemorada neste Ciclo de Estudos patrocinado pela FAPESP, foi irradiada a partir da cidade do Recife, onde Luiz Beltrão desenvolveu estudos e pesquisas que delineararam o nosso ramo cognitivo no âmbito das ciências sociais aplicadas. (MARQUES DE MELO & TRIGUEIRO, 2007)

Captando os ventos da mudança que sopravam no país, na primeira metade do século XX, Luiz Beltrão antecipou-se aos centros acadêmicos do sudeste

e do sul, fundando o modesto Instituto de Ciências da Informação – ICINFORM – embora ostentasse ousadia programática e flacidez estrutural.

“Personalidade carismática”, o fundador do ICINFORM reunia dois “atributos singulares”, sendo portador de características que o identificam a um só tempo como “homem situado” (Gilberto Freyre) e como “intelectual orgânico” (Gramsci), devotando sua vida ao estudo científico da comunicação”. Ele “fez parte de uma geração de brasileiros célebres com nítida opção preferencial pelo Brasil e pelos brasileiros”. (BARROS, 2013, p. 128/130)

Mas, com o golpe de 1964, a equipe beltraniana se desfaz, atemorizada pela repressão que os militares no poder institucionalizam em território nacional. Acuados e sem perspectivas de crescimento intelectual, alguns participantes migram para outros polos nacionais. (MARQUES DE MELO, 2010)

Nessa conjuntura, São Paulo assume a dianteira do processo acadêmico, até mesmo porque o arrojado projeto da Faculdade de Comunicação de Massa da Universidade de Brasília foi desmantelado pelos novos donos do poder. (MARQUES DE MELO, 1974, AMORIM, 1968)

Duas instituições paulistas assumem a vanguarda nacional dos estudos de comunicação. A Universidade de São Paulo cria em 1966 sua ambiciosa Escola de Comunicações Culturais, amparada pelo erário estadual. Então vinculada à PUC paulistana, a Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero funda em 1967 o Centro de Pesquisas em Comunicação Social, legitimado pela Fundação Cásper Líbero.

Essas duas unidades de ensino e pesquisa ocupam papel decisivo, influenciando os rumos que os estudos de comunicação assumiriam em território nacional. Quando for resgatada a memória do campo comunicacional brasileiro esse fluxo cognitivo inevitavelmente vai emergir e ser reconhecido. (MARQUES DE MELO, 2007)

Foi justamente o que ocorreu na abertura deste Ciclo comemorativo dos 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil, no dia 9 de agosto de 2013, quando o presidente da FAPESP, Celso Lafer, ressaltou que a Fundação apoia com muita satisfação eventos desta natureza por diversas razões, inclusive porque a instituição também enfrenta em seu dia a dia o desafio da comunicação.

“A missão da FAPESP é não só apoiar a pesquisa, como também a divulgação para o público em geral dos resultados do projeto que apoia. Além disso, a Fundação também apoia pesquisa de qualidade em todas as áreas do conhecimento. Não por acaso, a FAPESP apoiou mais de 700 projetos na área da Comunicação nos últimos anos”, destacou.

De agosto a outubro deste ano, uma centena de livros produzidos e/ou publicados em São Paulo foi revisada criticamente por acadêmicos e profissionais

atuantes em instituições paulistas. A intenção é sem dúvida emular os pesquisadores da nova geração, logrando o avanço dos sistemas de comunicação e em consequência a universalização dos benefícios civilizatórios em nossa sociedade.

Organizado de modo a contemplar dois momentos do itinerário investigativo de São Paulo no campo comunicacional o ciclo focaliza o século XX (volume II) e sua projeção no século XXI (volume III).

A seleção de livros e autores foi feita de modo a contemplar todas as gerações de pensadores e todas as correntes de pensamento. A estratégia foi a de traçar uma visão panorâmica do conhecimento comunicacional estocado em São Paulo, de modo a socializá-la com os jovens que se preparam para o exercício de atividades intelectuais no interior das indústrias cognitivas, além de estimular novas pesquisas em território nacional.

Ao final do evento, as organizações promotoras reuniram em livro, agrupando em 3 volumes, os textos das resenhas críticas elaboradas pelos expositores para constituir uma amostra do pensamento comunicacional paulista.

Esta obra coletiva pretende servir como fonte de consulta para os estudantes de graduação e pós-graduação em Comunicação Social, no sentido de ampliar horizontes cognitivos, suscitar debates pedagógicos e iluminar controvérsias ontológicas.

Resultante do Ciclo FAPESP/INTERCOM, a trilogia **Ciências da Comunicação no Brasil** estoca a fortuna cognitiva legitimada pela academia e circulando nas universidades, de modo a reunir dados sobre o conhecimento recente, em processo de maturação. Trata-se de conteúdo potencialmente germinador das mudanças interpretativas que dão sentido aos processos de comunicação realmente sintonizados com as aspirações coletivas do século XXI.

Se, nas escolas de comunicação, o conhecimento solene disseminado canonicamente pelos mestres ainda embute o espírito do século XX, o germe do século XXI vem sendo inoculado democraticamente pela revista *Pesquisa Fapesp* e periódicos similares.

O contato dos jovens estudantes da área com os dados produzidos pela pesquisa de ponta que essa revista vem divulgando mensalmente vai repercutir, sem dúvida, no desempenho dos futuros profissionais da indústria midiática.

Essa é a razão que explica a presença, neste primeiro volume, de textos comunicacionais publicados pela revista cuja excelência deriva da clarividência da sua editora, Mariluce Moura, e da competência da sua equipe de repórteres/redatores.

Trata-se de amostra constituída por quatro entrevistas, pautadas e realizadas pela própria editora, recorrendo, quando necessário, à colaboração de jornalistas da sua equipe, como foi o caso de Neldson Marcolin, para dialogar com quatro

integrantes da equipe de cientistas da comunicação pertencentes a diferentes disciplinas do nosso campo do saber: cinema, fotografia, telenovela e jornalismo.

Sem a pretensão de queimar etapas no processo de ensino/aprendizagem, a formação dos novos jornalistas, publicitários, radialistas, cineastas, etc., torna-se mais ágil ao distribuir informações balizadoras, capazes de antecipar conhecimentos que geralmente só se cristalizam quando convertidos em livros-texto que dão suporte às atividades desenvolvidas em sala de aula. Para dar transparência a essa meta foi selecionado um texto da lavra de Mariluce Moura que, embora datado, explica sua estratégia como editora de uma revista paradigmática no espaço da divulgação científica.

O repertório bibliográfico, cuja exegese teórica e crítica metodológica configuram o universo gnosiológico dos volumes II e III desta trilogia, evidenciando que o pensamento comunicacional paulista inclui apenas autores endógenos, mas também aqueles situados em disciplinas humanísticas, aportando conteúdos que enraízam ou dinamizam o saber midiático. Eles cruzam caminhos e permuta saberes com os pensadores contemporâneos ancorados no campo da comunicação, em plena sintonia com as demandas socioculturais da sociedade, preenchendo lacunas simbólicas remanescentes nas comunidades e capacitando para o exercício competente da cidadania os atores marginalizados da ágora política local ou excluídos do banquete civilizatório regional/nacional.

Referências

AMORIM, José Salomão D. Panorama da cultura de massa no Brasil. In: WRIGHT, Charles. **Comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Bloch, 1968, p.123-174.

BARROS, Antonio Teixeira de. O papel do ICINFORM na institucionalização do campo acadêmico da comunicação no Brasil. In: LIMA, João Claudio; MARQUES DE MELO, José (orgs.). **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2012/2013**. v. 4. Memória. Brasília: IPEA/SOCICOM, 2013, p. 125-138.

MARQUES DE MELO, José. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.

MARQUES DE MELO, José; PRETTO, Nelson; TOSTA, Sandra (eds.). **Mídia & educação**. Belo Horizonte: Autentica, 2008, p. 41-58.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Bandeirantes da idade mídia**. São Paulo: Angellara, 2007.

MARQUES DE MELO, José; TRIGUEIRO, Osvaldo (orgs.). **Luiz Beltrão**. João Pessoa: UFPB, 2007.

MARQUES DE MELO, José; ADAMI, Antonio (orgs.). **São Paulo na idade mídia**. São Paulo: A&C, 2004.