
Marques de Melo e a influência de McLuhan no Pensamento Comunicacional Latino-Americano¹

Maria Cristina GOBBI²
Jocimara Martinez ROSA³
Angela Maria GROSSI⁴

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), São Paulo, SP

RESUMO

Há uma corrente de pensamento sobre a comunicação latino-americana. Pode-se dizer que seu surgimento coincide com a criação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina (CIESPAL), em 1959, quando se fortalecem os processos de institucionalização desse campo acadêmico na América Latina. A partir de então, o conhecimento produzido pela Escola Latino-Americana de Comunicação (Elacom) têm sido difundido em diversos espaços, porém a busca por legitimação no ambiente universitário, tanto nacional, como internacional, ainda se constitui como o seu principal desafio. É nesse cenário que o artigo busca evidenciar, através de pesquisa bibliográfica, a influência de Marshall McLuhan. Os resultados demonstram sua relevante contribuição aos estudos ligados a cultura popular.

PALAVRAS-CHAVE: José Marques de Melo, McLuhan, Folkcomunicação, cultura popular; História da Comunicação.

Introdução

É possível afiançar que os elementos norteadores da trajetória histórica do pensamento latino-americano em comunicação tiveram início na compreensão sobre nossa própria identidade, no cenário das lutas para pôr fim à dependência colonial. Os esboços de uma identidade latino-americana foram delineados por ações de valorização da cultura dos índios, crioulos e mestiços que compunham, de forma representativa, a sociedade “já marginalizada” nacional, transformando-se também, por essa razão, em expressões de luta interna e externa contra a dependência sofrida em todo o continente.

As diversas revoluções populares sobre as burguesias dominantes na América Latina, especialmente entre os séculos⁵ XIX e XX, mostraram abertamente as lutas

¹ Trabalho apresentado no GP de América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade Federal de Belém do Pará.

² Pesquisadora Livre-docente da Unesp-Bauru, e-mail: mcgobbi@terra.com.br.

³ Mestranda do Programa PPGMiT, e-mail: jocimara.costa@gmail.com.

⁴ Professora do PPGMiT da Unesp-Bauru, e-mail: angela.grossi@unesp.br.

⁵ Podem ser citadas: Confederação dos Tamoios (1652), Insurreição Pernambucana (1645), Guerra dos Bárbaros (1682), Inconfidência Mineira (1789), Insurreição Negra do Haiti (1791-1804), Guerra dos Farrapos (1835), Guerra de Canudos (1896), o marxismo contido no pensamento de José Carlos

travadas para pôr fim a um período de dominação. Sem dúvidas que as mudanças significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo criaram condições para o desenvolvimento dos movimentos operários em todo o continente. Os governos desenvolvem, então, instrumentos capazes de “encarar” as formas de oposições internas, e a região passou a sentir os efeitos dos governos ditatoriais e militarizados. Estes foram “[...] capacitando-se, com o apoio dos Estados Unidos, para o enfrentamento da ameaça que pairava”. (GUAZZELLI, 1993, p. 25)

As “lutas” internas ocorridas na região geraram atraso e miséria, impedindo uma sólida organização social. Os reflexos disso são sentidos na atualidade. Ainda assim, não se pode avançar que o desenvolvimento dependente da América Latina esteve ligado somente às situações econômicas, políticas ou sociais. A diversidade geográfica, histórica e cultural entre os países do continente permanece evidente.

Conceitos e outros esclarecimentos

Destarte, as culturas latino-americanas a partir das últimas décadas do século passado, aliadas as repercussões sociais dos processos e tecnologias comunicacionais, demonstraram que o desenvolvimento e a consolidação da cultura de massa exigiram, de forma crescente ao longo do período, a qualificação profissional de quadros para a indústria cultural. A comunicação de e para os trabalhadores ganhou, em especial a partir da segunda metade do século XX, a força e o paradigma de um movimento social, estabelecendo novos canais de comunicação entre a sociedade e o Estado.

A consolidação do mercado comunicacional, com o fortalecimento da televisão, da publicidade, da produção editorial, das tecnologias, entre outros fatores, permitiu a inserção desses produtos nos mercados internacionais. “O debate sobre os caminhos e descaminhos das culturas nacionais (em especial as culturas populares) estavam novamente na ordem do dia, agora tendo como centro as investidas da indústria cultural” (FERREIRA, 2000, p. 223) e mais especificamente as novas possibilidades acenadas pelo uso das tecnologias digitais e das redes sociais.

O termo culturas e mais precisamente a popular é muito amplo, caminhando desde o folclore até o contexto dos estudos da Folkcomunicação, que estão inseridos na cultura massiva, mas em cujas raízes estão contidas nas tradições populares, foco desse

Mariátegui (a partir de 1920), Guerra do Chaco (1932), Revolução Cubana (1959), formação do Exército Zapatista de Libertação Nacional (1983), as diversas ditaduras militares ocorridas praticamente em toda América Latina, entre muitas outras.

texto. Assim, o artigo busca refletir sobre as contribuições de McLuhan para esse tema, trazendo como corrente de pensamento os estudos de José Marques de Melo.

Frente a esse cenário em grande evolução, os estudos sobre os temas populares ganham a força e o paradigma de um campo de estudos e, o professor José Marques de Melo foi um dos grandes responsáveis por colocar essas pesquisas sobre comunicação e cultura, desenvolvidas sob a chancela da Escola Latino-Americana de Comunicação (Elacom), na esfera nacional e internacional, e também por trazer os estudos de McLuhan para o Brasil.

Outro fator importante é o entendimento sobre a Elacom. Desde a segunda metade da década de 1950, as questões que nortearam a identidade latino-americana na área da comunicação social e as discussões sobre a existência da Elacom têm sido abordadas de forma recorrente. Esta produção tem gerado uma série de reflexões sobre a importância da integração regional, quer seja ela econômica, social ou cultural.

Neste sentido, a fertilidade investigativa, com a criação de novos focos de irradiação em universidades e em centros de pesquisa, projetou para o século XXI as sementes de uma pluralidade de contribuições que rechearam (e ainda o fazem) as pesquisas desenvolvidas. Legitimaram-se atores reais, produtores e difusores de conhecimento, motivados pelas práticas investigativas na busca de uma mudança no cenário comunicacional em nosso continente.

Dialogos entre McLuhan e Beltrão

A produção bibliográfica de autores latino-americanos se expandiu mesmo em um ambiente pouco propício, centrado na ditadura e na pobreza. Isso pôde ser notado a partir do final da década de 1960, quando muitos pesquisadores latino-americanos retornavam para a região após a conclusão de seus estudos de pós-graduação na Europa e nos Estados Unidos. A vasta e qualificada produção dos países do Norte em comparação com a América Latina definiram que havia uma necessidade crescente de (re)dimensionar as teorias forâneas para as demandas da região. Um desses resultados foi o desenvolvimento dos estudos sobre cultura popular calcados naquilo que seria chamado posteriormente de Teoria da Folkcomunicação. É nesse cenário que os estudos de McLuhan aportam no Brasil. Para o professor Marques de Melo (2006), o cerne da Teoria da Folkcom nasceu a partir das ideias originais de Marshall McLuhan contidas no livro “A noiva mecânica”, de 1951, publicação de estreia do pesquisador canadense.

Nesse livro, ele cumpriu a tarefa de explicitar a gênese da cultura de massas, ou seja, quando a mídia catalisou os sentidos da sociedade norte-americana. Sua pesquisa tomou como referencial os anúncios publicitários e as peças de entretenimento (quadrinhos, cinema, televisão) difundidos pelos jornais diários e revistas periódicas. Estava implícita a idéia de que o “homem industrial”, vivendo nas periferias das megalópoles, inseria-se numa cultura de massa enraizada nas tradições populares. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 5-6)

Tendo como reflexão central o folclore do homem industrial, sua contribuição é inegável para o pensamento do professor Luiz Beltrão, que foi quem desenvolveu a Teoria da Folkcomunicação embora, em uma análise mais aprofundada, seja possível avaliar que os dois pesquisadores percorreram trilhas paralelas e não coincidentes. Por um lado Beltrão traz em seu trabalho o uso da cultura de massa pelo folclore e “[...] não a apropriação da folkculture (cultura folk⁶) pela mídia”, que foi o caminho trilhado por McLuhan. A ideia central do professor Beltrão era a de (re)codificar e (re)interpretar o conteúdo da mídia para acesso das populações marginalizadas. Para Marques de Melo (2011) essa evidência de Beltrão está contida no livro *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, lançado em 1960. (MARQUES DE MELO, 2011, online).

Do mesmo modo, se McLuhan defendia a ideia de uma aldeia global, onde a massificação da cultura popular se expandia. Beltrão demonstrava que o “[...] Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita”. Assim, sempre houve a “[...] necessidade de decodificação das suas mensagens para serem assimiladas pelas camadas populares da nossa sociedade”. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 5)

Beltrão denominou de Folkcomunicação, então, este processo de tradução dos conteúdos midiáticos pelos “[...] meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”. E no ano de 1967 defendeu sua tese de doutorado, na Universidade de Brasília, criando, deste modo, as bases de uma nova disciplina acadêmica. Porém, a Folkcomunicação só ganharia o impacto e adesão da comunidade científica nacional no final da década de 1990, “[...] quando se estrutura a Rede Folkcom⁷, congregando os jovens pesquisadores da área”. (MARQUES DE MELO, 2011, online)

⁶ Incorporação da autora.

⁷ Sob a coordenação do prof. José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada pela Cátedra Unesco de Comunicação, na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), em agosto de 1998, quando foi criada a Rede Folkcom. (Nota dos autores).

Os estudos de Luiz Beltrão buscam esclarecer as estratégias e os mecanismos adotados pelos agentes folkcomunicação para tornar compreensíveis informações, opiniões e entretenimento, que são veiculados cotidianamente pela mídia, inclusive na atualidade. É o que poderíamos chamar de formas de tradução do conteúdo midiático elitista para as camadas “culturalmente marginalizadas” da sociedade. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 5)

Os estudos posteriores do mestre Beltrão e de alguns de seus discípulos demonstram que essas comunidades, especialmente em função dessa marginalidade cultural, criam mecanismos alternativos, capazes de “traduzir” para o popular os conteúdos elitistas veiculados pela mídia convencional (BEJNAMIN, 2000). Em outras palavras, “[...] constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo também uma espécie de *feedback* em relação ao sistema hegemônico”. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 6)

Evidencia-se, desta forma, o contra fluxo dessa produção. Ou seja, não é suficiente a (re)elaboração desses conteúdos para a inserção popular nos fenômenos comunicativo-midiáticos, mas se faz necessário e urgente, como afirma Marques de Melo (2004), a

[...] incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. Tais processos folkmidiáticos começam a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Pesquisadores de Folkcomunicação (MARQUES DE MELO, 2006, p. 144).

Assim, de acordo com o mestre Marques de Melo (2004) ao avaliar essa tendência, a comunidade de pesquisadores na área afiança que estaríamos reproduzindo, meio século depois, aquele fenômeno que McLuhan identificara na América do Norte (mais especificamente nos Estados Unidos e Canadá), dando-lhe o rótulo de “folclore do homem industrial”. (MARQUES DE MELO, 2004, p. 45).

É importante mencionar que os estudos de McLuhan aportaram no Brasil, mais especificamente na cidade do Recife, Nordeste brasileiro, entre as décadas de 1960 e 1970, trazidos pelas pesquisas realizadas pelos professores Gilberto Freyre, Décio Pignatari, Anísio Teixeira e Luiz Beltrão, principalmente.

O professor Marques de Melo, em vários de seus escritos, avaliza que foi Gilberto Freyre, no ano de 1961, que vinha usando a imprensa como fonte de pesquisa, quem leu e difundiu o primeiro livro de McLuhan, ainda pouco conhecido no Brasil, na

época. “The mechanical bride: folklore of industrial man” de 1951, “[...] que igualmente se valia de jornais e revistas, considerado material de terceira classe, como fonte de estudos” (MARQUES DE MELO, 2012, p. 29). A pesquisa de Freyre tratava sobre o escravo nos anúncios de jornal.

Entusiasmado com essa descoberta, Freyre imediatamente procurou dialogar com McLuhan. O encontro se deu, em Paris, durante colóquio para o qual ambos os escritores haviam sido convidados. Freyre revela essa interlocução no prefácio da 3ª edição do já referido livro, lançado em São Paulo quando o profeta canadense estava na crista da onda. (MARQUES DE MELO, 2011, online).

Freyre publica o livro “O Escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX”, em 1963, com os resultados de suas incursões, evidenciando que McLuhan foi o “[...] precursor da anunciologia, disciplina voltada para o estudo da propaganda na imprensa”. (MARQUES DE MELO, 2011, online).

O outro pesquisador pertencente ao grupo dos estudiosos do Nordeste nacional e igualmente importante por trazer os estudos de McLuhan, foi o professor Luiz Beltrão, do qual já comentamos brevemente, que “[...] leu e difundiu A galáxia de Gutemberg. Depois viria O meio é a mensagem”. (MARQUES DE MELO, 2012, p. 29)

Foi no ano de 1968 que Beltrão publicou um ensaio “[...] fazendo exegese não preconceituosa do livro ‘The Gutenberg Galaxy’”, editado em Toronto, 1962, na revista Comunicações & Problemas. No ano seguinte, Tereza Lúcia Halliday, discípula de Beltrão, publica uma resenha sobre a obra na revista Cadernos de Jornalismo e Comunicação do Jornal do Brasil. (MARQUES DE MELO, 2011, online)

Deste modo, foi no final dos anos 1960 que,

[...] Marshall McLuhan e seus livros repercutiram em todo o país, pautados pelos Cadernos de Jornalismo e Comunicação, editados pelas empresas jornalísticas Bloch e JB. Tais fontes nutriam o imaginário dos jornalistas responsáveis pelas editorias de cultura da grande imprensa” (MARQUES DE MELO, 2011, online).

Saindo do Nordeste brasileiro e caminhando para o Sul do País, Anísio Teixeira foi o grande responsável por difundir as ideias de McLuhan no Brasil. O pesquisador “[...] prefacia A galáxia de Gutemberg”. Também é preciso mencionar o professor Décio Pignatari que foi quem “[...] traduziu Os meios de comunicação como extensões do homem, já no fim dos anos 1970”. (MARQUES DE MELO, 2011, online).

Com bem afeição o professor Marques de Melo “[...] enquanto sistema de expressão cultural das classes subalternas ou dos grupos marginalizados, a Folkcomunicação permanece como objeto de estudo quase exclusivo dos países de industrialização tardia, não obstante a sua universalidade”. Porém, é necessário considerar que ao dimensionar esse aporte, Marshall McLuhan, em sua obra inicial “O folclore do homem industrial”, pode ser considerado uma exceção a essa dimensão. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 1)

Ajuizando a globalização como um fenômeno irreversível, a cultura popular na perspectiva beltraniana está vivificada na aldeia global de Marshall McLuhan, “[...] bem ao contrário das previsões apocalípticas daqueles que vaticinaram seu esgotamento gradativo” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 39). As manifestações culturais de um povo possibilitam demonstrar as composições global, participativa e interativa nos múltiplos cenários globalizados.

A regionalização não é um obstáculo à globalização. Não são forças excludentes. Ao contrário, aquela pôde ser vista como um processo por meio da qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia e da [cultura]⁸ transnacional. É do âmbito do capitalismo global que se desenvolve subsistemas econômicos e culturais regionais que redesenham e integram economias e culturas nacionais, recolocando-as nas linhas de força da globalização (LOPES; MARQUES DE MELO, 1997, p. 35).

Os processos de globalização, pelos quais o mundo atravessa, consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões nacionais e/ou globais. Se, como afirmou José Marques de Melo em 2005, “[...] o século XXI despontaria sob o signo da globalização acelerada” (p. 40), é possível observar que frente aos processos globalizantes, as camadas populares realizam ações que evidenciam costumes, credos e outras formas de participação social, que estão presentes em manifestações sociais diversas e que repercutem intensamente nessas camadas populares. São as formas culturais que podem ser vislumbradas sobre um orbe específico e singular, mas não individual. Incorporadas ao universo simbólico das comunidades periféricas, formam um mosaico de revelações singulares - mas não únicas ou exclusivistas. Estas manifestações culturais rompem o isolamento social que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização.

⁸ O termo cultura foi inserido (pela autora do texto), por julgar que a definição de globalização tratada sob o âmbito econômico, também engloba o conceito de cultura, que forma o perfil de uma nação.

Do mesmo modo, é neste cenário globalizante e de movimentações diversas, onde as concepções de tempo e espaço são definidas e redefinidas, que as manifestações locais - que permeiam as diferenças regionais - eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo assim as manifestações de cultura nacional como um produto derivado das diferenças histórico-geográficas-culturais das sociedades.

Por outro lado, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço singular de identidade, tem elevado a possibilidade de ações conjuntas e complementares não somente nas áreas econômica e política, mas cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio dessa transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras regionais e nacionais, visualizando um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional.

Podemos afirmar que as pesquisas na área da comunicação e mais especificamente no âmbito da cultura popular têm passado por diversos períodos que, além de singulares, revelaram particularidades históricas, inseridas muitas vezes em movimentos políticos, econômicos e sociais, mas que não perdem de foco o respeito pelas singularidades culturais de nossa região. Embora, muitas vezes, carregadas de vieses que assimilam o passado e buscam reconstruir a própria identidade, as manifestações culturais nacionais têm travado um duelo pela recuperação do *ethos* nacional. Do mesmo modo, embora os processos de globalização evidenciam mecanismos que explicitam as questões nacionais e/ou globais, em defesas de teses e antíteses que, muitas vezes, priorizam os processos midiático-culturais destinados as elites, as camadas mais populares tem buscado formas comuns de representação de sua vida cotidiana, nos vários espaços comunicacionais, quer sejam mediados ou não. (GOBBI; BETTI, 2011, online).

Assim, as revisões crítica da Folkcomunicação, acercada da busca de conhecimento atualizado sobre os processos de mediações culturais e comunicativos, têm exigido de pesquisadores oriundos das mais diversas áreas do conhecimento uma nítida aproximação com as demandas emergenciais desse campo do conhecimento, buscando superar os desafios teórico-metodológicos dos estudos sobre a cultura popular.

No caso emblemático do Brasil, a cognição da resistência cultural dos contingentes excluídos da sociedade afluyente gerou uma disciplina acadêmica, cujo estoque de saber pode ser útil para acelerar a integração da cultura popular com o sistema de comunicação massiva. Seu artífice foi Luiz Beltrão, o pioneiro das ciências da comunicação em nosso país.

No momento em que a sociedade midiática atinge o seu apogeu, a Folkcomunicação de Luiz Beltrão mostra-se robustecida na Aldeia Global de Marshall McLuhan, construindo a expressão da riqueza do folclore midiaticizado, que foi

[...] esboçado na teoria folkcomunicacional de Luiz BELTRÃO (1967). Mas corresponde indiscutivelmente à sequência brasileira de um episódio histórico protagonizado emblematicamente por Marshal McLuhan (1951). Ao perceber essa mutação cultural, com a argúcia e a astúcia que lhe eram típicas, o pensador canadense rotulou-a apropriadamente como folclore do homem industrial em sua obra de estreia *The Mechanical Bride* (MARQUES DE MELO, 2006a, online).

Desta maneira, o folclore midiático, típico da sociedade pós-industrial, configurou-se como amalgama de signos procedentes de diferentes geografias nacionais e/ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial. (MCLUHAN, apud MARQUES DE MELO, 2008, p.41)

Por fim, como afirma Marques de Melo, “[...] pode-se afiançar que o folclore midiaticizado possui dupla face. Da mesma forma que assimila ideias e valores procedentes de outros países, preocupa-se com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos” (2005a, online) na grande aldeia global definida por McLuhan.

Considerações finais

Os resultados dessa construção coletiva podem ser visto nas produções de pesquisadores de todo o país, apresentados em eventos científicos, como os congressos nacionais e internacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da Asociación Latino americana de Investigadores de laComunicación, além de outros espaços como os encontros da Rede Folkcom, que já esteve em todas as regiões do Brasil, ademais as revistas científicas da área, tendo também circulado por alguns países da Europa e América Latina.

Para finalizar esse breve panorama, e mais uma vez referenciando o professor Marques de Melo, é possível afirmar que

[...] a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que pensou na era de McLuhan sobre as interações entre a aldeia local e a aldeia global. Ao construir um referencial teórico consistente lançou pontes entre a folk-mídia e a mass-mídia. Ele reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo ao mesmo tempo em que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de feedback dialético, contínuo, criativo (MARQUES DE MELO, 1999, online).

O desafio para as novas gerações de pesquisadores é a realização de releituras desse legado, atualizando-o e trazendo novas contribuições que possam atender as demandas do século XXI, frente às tecnologias digitais, evidenciando que o “homem industrial” é repleto de culturas.

Breve Perfil de Marshall McLuhan

Herbert Marshall McLuhan nasceu na cidade de Edmonton, em 1911 e faleceu em 1980, em Toronto. Filósofo, professor e teórico Canadense lecionou Literatura na Universidade de Toronto, durante parte significativa de sua vida. Pensador de vanguarda e visionário acumulou prêmios, porém suas reflexões também lhe renderam muitos “desafetos”.

Seus estudos sobre os efeitos dos meios de Comunicação de massa nos processos sociais influenciaram de forma representativa a cultura contemporânea. Expôs, de forma significativa, no livro *Understanding Media*, lançado em 1964, suas teses sobre a tecnologia e o conhecimento.

Divulgou conceitos como “o meio é a mensagem”, redirecionando o olhar da pesquisa para a transmissão da informação, mais do que no próprio conteúdo transmitido.

Considerado um visionário, escreveu muitos livros e artigos, encontrados em sebos por estarem, em sua grande maioria, esgotados no Brasil.

O texto “O meio é a mensagem: análise de McLuhan”, escrito pelo pesquisador Gabriel Cohn, sintetiza as contrições de McLuhan em três pontos,

[...] Em primeiro lugar, está a ideia de que o elemento fundamental para a compreensão dos efeitos sociais mais amplos de um meio de comunicação qualquer reside na natureza mesma desse meio: em última análise, em suas características específicas, de estrutura e funcionamento, que determinam as peculiaridades das mensagens que emite. (COHN, 1971, P. 365-66)

Presente na obra *The mediumisthemessage*, Cohn argumenta ser esta a produção mais relevante do pesquisador.

Outro ponto de destaque no texto de Cohn (1971) é sua análise sobre as contribuições de McLuhan quando é abordada a “[...] passagem de uma civilização moldada segundo os padrões de comunicação pela palavra impressa (analisada no livro *The Gutenberg Galaxy*) para uma outra, nossa contemporânea, cujo ponto focal é a dominância dos meios de comunicação de base eletrônica”. Assim, no entendimento de Cohn (1971), para McLuhan “[...] o mundo transforma-se num grande ‘vilarejo’; há uma ‘tribalização’ em escala ecumênica” (p. 366). Finalmente, o terceiro ponto é “[...] a distinção famosa entre meios “quentes” e “frios” (*media hot and cool*)”. (COHN, 1971, p. 365-66)

Entre as obras de McLuhan estão: “*The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*” (1951); “*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*” (1962); “*Understanding Media: The Extensions of Man*” (1964), “*The Medium is the Message: An Inventory of Effects*” (1967). “*Guerra e Paz na aldeia global*” (1968), além do periódico “*Explorations*” e a antologia “*Explorations in Communication*” (1960) também integram sua produção.

Lecionou na Universidade de Toronto de 1952 até 1979, quando teve um derrame que afetou sua fala. Nunca mais se recuperou. Faleceu em 1980. “Recebeu a Ordem do Canadá em 1970. Entre suas obras estão “*O que a televisão está realmente fazendo para seus filhos*” (1967), “*Family Circle*” (1967), “*The Memory Theater*” (1967) e “*From Cliché to Arche type*” (1970). Trabalhou na elaboração de vários livros, como “*Culture is our Business*” (1967). Suas teorias foram bastante criticadas, mas alguns de seus conceitos são usados até hoje” (ACERVO DO ESTADÃO, 2019).

Breve Perfil de José Marques de Melo

Jornalista, professor universitário, pesquisador científico e consultor acadêmico. Nascido em Palmeira dos Índios (Estado de Alagoas), obteve os títulos de Bacharel em Jornalismo (Universidade Católica de Pernambuco, 1964), Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais (Universidade Federal de Pernambuco, 1965). Pós-Graduado em Ciências da Informação Coletiva (Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, Quito, Equador, 1966).

Iniciou a carreira acadêmica em 1966 como Assistente do Professor Luiz Beltrão, no Instituto de Ciências da Informação da Universidade Católica de Pernambuco (Recife), transferindo-se logo em seguida para São Paulo. Docente-fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), ali obteve os títulos de Doutor em Ciências da Comunicação, Livre-Docente, Professor-Adjunto e Professor Catedrático de Jornalismo. Sendo o primeiro doutor em Jornalismo do Brasil.

Formou várias gerações de jornalistas e de pesquisadores acadêmicos, tendo dirigido mais de 70 dissertações de Mestrado e 30 teses de Doutorado no âmbito das Ciências da Comunicação.

Publicou mais de duas centenas de artigos em periódicos científicos, nacionais e internacionais, bem como em jornais e revistas de grande circulação no Brasil e na América Latina, além de ter sido idealizado da Rede Folkcom (entre outras).

Homenageado pela Universidade Católica de Pernambuco, durante as comemorações dos 50 anos daquela instituição, teve sua biografia intelectual registrada no livro *Grandes Nomes da Comunicação – José Marques de Melo*, organizado por Maria Cristina Gobbi (Recife, UNICAP, 2001, 341 p.).

Dentre sua vasta produção que tratam sobre a Folkcomunicação, demonstrando sua contribuição não somente no resgate, mas na continuidade dos estudos na área, destacamos:

1970 – Comunicação Social: Teoria e Pesquisa. Petrópolis: Vozes
1979 – Sistema de comunicação no Brasil. In: Ideologia e poder no ensino de comunicação. São Paulo: Cortez.
1980 – Comunicação e classes subalternas. São Paulo: Cortez.
1998 - MARQUES DE MELO & KUNSCH, W. De Belém a Bagé: imagens midiáticas do Natal Brasileiro. S. B. do Campo, UMESSP.
1998 – Uma nova ordem midiática mundial: realidade/ficção ? (A utopia de MacBride e as telenovelas brasileiras). In: Teoria da Comunicação: Paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes.
2003 – História do Pensamento Comunicacional. São Paulo:Paulus.
2004 – O folclore midiático.In: A esfinge midiática.São Paulo:Paulus.
2005 – Folkcomunicação, disciplina com sotaque brasileiro. In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona: 3: 73-86. São Paulo, INTERCOM / LUSOCOM.
2007 – História do Pensamento Comunicacional. São Paulo:Paulus.
2008 – Mídia e cultura popular. São Paulo:Paulus.
2014 – Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI. São Paulo:Paulus.
2014 - MARQUES DE MELO, J.; FERNANDES, G. Metamorfose da comunicação. São Paulo:Editae

Fonte: elaborado pelos autores, 2019.

Breve perfil de Luiz Beltrão

Os estudos sobre a folkcomunicação foram um dos principais legados de Luiz Beltrão, em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e a seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus.

Luiz Beltrão de Andrade Lima, nascido em 8 de agosto de 1918, religioso fervoroso, quando jovem sonhava ser padre.

Atuou em rádio, revistas, agências e assessoria de imprensa, acumulando experiência que incluiu passagens pelo DIP, e pela presidência da Associação de Imprensa de Pernambuco e sua participação na criação do Sindicato dos Jornalistas Profissionais. Também trabalhou em diversos jornais como Diário de Pernambuco, Correio do Povo e Jornal Pequeno, nas agências de notícias Asa Press e France Press e nas revistas Tudo, Guanabara Press, São Paulo Press e Capibaribe. Exerceu a profissão durante quase 30 anos.

Foi o criador do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). O Centro foi instalado em 13 de dezembro de 1963, durante a formatura da primeira turma de bacharéis em Jornalismo da UNICAP.

Editou a revista Comunicação & Problemas, considerada a primeira revista acadêmica de comunicação no Brasil. A edição inicial foi publicada em março de 1965, trazendo informações sobre o curso de Jornalismo da Unicap, contendo registro das pesquisas realizadas pelo Icinform, eventos, artigos, depoimentos, entre outros.

Os estudos de Folkcomunicação estão ligados diretamente à trajetória desenvolvida pelo professor Luiz Beltrão. Primeiro doutor em comunicação no Brasil, sua tese sobre Folkcomunicação, foi defendida em 1967, na Universidade de Brasília. Embora seu título só tenha sido reconhecido 14 anos mais tarde. Seu pioneirismo no tratamento das teorias da comunicação levando em conta as tradições populares definiram as linhas mestras de interpretação de uma ciência já conhecida e difundida. Beltrão analisava a comunicação popular como manifestação própria dentro de um determinado grupo cultural.

Toda sua carreira foi marcada pela inovação, espírito de luta, responsabilidade e determinação. Em 24 de outubro de 1986, o país perde um dos mais brilhantes cientistas sociais desse século. Morre Luiz Beltrão. Ele deixou uma importante produção acadêmica e literária. Além de seus vinte livros, diversas apostilas e artigos, organizou o currículos de diversas faculdades por todo Brasil, ministrou cursos nas áreas do jornalismo, relações públicas, opinião pública e ensino de comunicação. Dedicou sua vida ao ensinar, aprender e discutir jornalismo, sua grande paixão intelectual.

Dentre as obras de Beltrão no campo da Folkcomunicação, destacamos:

1965 – O ex-voto como veículo jornalístico, <i>Comunicações & Problemas</i> , v. 1, n. 1, Recife, p. 43-52.
1967 – Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001).
1971 – Comunicação e Folclore, São Paulo: Melhoramentos.
1972 – Sociedade de massa: comunicação & literatura. Petrópolis: Vozes.
1980 – Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez.

Fonte: elaborado pelos autores, 2019.

Referências

ACERVO DO ESTADÃO. Marshall McLuhan. Disponível em <https://acervo.estadao.com.br/noticias/personalidades/marshall-mcluhan,546,0.htm>, acesso jun 2019.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação** – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília (Obra foi publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001), 1967.

BENJAMIN, R. E. C. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: UFPB, 2000.

COHN, G. O meio é a mensagem: análise de McLuhan. In: **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: USP, 1971 / TA-Queiroz, 1987.

FERREIRA, G. M. O paradigma da pesquisa-denúncia na América Latina: o Ininco segundo o olhar de Antonio Pasquali. IN: MARQUES DE MELO, J.; GOBBI, M. C. **Gênese e identidade latino-americana**. Ciespal, Icinform, Ininco. O protagonismo das instituições pioneiras. S. B. do Campo: Unesco/Umesp, 2000.

GOBBI, M. C.; BETTI, J. C. G. O desafio da pesquisa em folkcomunicação. Cartografia 1998-2011. In: **Razón y Palabra**, vol. 16, n. 77, ago-oct, 2011 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Disponível em <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010008>, acesso jun 2019.

GUAZZELLI, César Barcellos. **História contemporânea da América Latina: 1960-1990**. Porto Alegre: UFRGS, 1993.

LOPES, M. I. V.; MARQUES DE MELO, J. (orgs.). Políticas Regionais de Comunicação: desafios do Mercosul. In: **Políticas Regionais de Comunicação**. Londrina, Intercom: UEL, 1997, p. 35 – 43.

MELO, J. M. D. Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de folk-comunicação no Brasil. In: **Revista Latina de Comunicación Social**, p. 21, setembro 1999. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-LUIZ-BELTRAO.html>. Acesso em: jun 2019.

MARQUES DE MELO, J. O folclore midiático. In: MARQUES DE MELO, J. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

MARQUES DE MELO, J. Metodologia folkcomunicação: teoria e prática. In: DUARTE, J. & BARROS, A. (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARQUES DE MELO, J. Taxionomia da Folkcomunicação: gêneros, formatos e tipos. In: **Comunicação destinada ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, INTERCOM/UERJ, 6-9 set de 2005a. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R3094-1.pdf>, acesso jun 2019.

MARQUES DE MELO, J. Comunicação no Brasil: as idéias pioneiras de Luiz Beltrão. In: **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional nº 10**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2006.

MARQUES DE MELO, J. Folkcomunicação na era digital. A comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. In: **Razón y Palabra**, vol. 11, núm. 49, febrero-marzo, 2006a, disponível em: <http://docplayer.com.br/19512695-Razon-y-palabra-issn-1605-4806-octavio-islas-proyectointernet-org-instituto-tecnologico-y-de-estudios-superiores-de-monterrey.html>, acesso jun 2019.

MARQUES DE MELO, J. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARQUES DE MELO, J. Opinião: as ideias de McLuhan eram objeto de debate acadêmico graças ao cosmopolitismo. In: **Revista Imprensa**, Ed. 2011. Disponível em: http://portalimprensa.com.br/revista_imprensa/jose+marques+de+melo/43698/opiniao+as+ideia+de+mcluhan+eram+objeto+de+debate+academico+gracas+ao+cosmopolitismo, acesso em jun 2019.

MARQUES DE MELO, J. A prima pobre das ciências sociais. In: **Revista Fapesp**. Ed. 201. Entrevista concedida a Mariluce Moura, nov 2012.

MCLUHAN, Marshall. **The Mechanical Bride** – Folklore of the Industrial Man. Boston: Beacon Press, 1951.