

Velhos paradigmas, novos olhares

Adolpho Queiroz*

MELO, J. M. de; GOBBI, M. C.; KUNSCH, W. L. *Marxismo e cristianismo: matrizes comunicacionais latino-americanas*. São Bernardo do Campo: UMESP/Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2002. 271p.

Em maio de 2001, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), em conjunto com a Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, realizou o V CELACOM, Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, tratando desta vez de reunir pesquisadores do continente para discutirem sobre um tema enraizado na nossa cultura: as heranças do cristianismo e as releituras que estas mereceram, no âmbito da comunicação, das contribuições do marxismo.

Uma das tarefas de uma instituição confessional e pluralista, como a UMESP é justamente, à luz das contribuições científicas/ecumênicas, refletir sobre o seu papel enquanto geradora de novos conhecimentos. Ao realizar um evento de tal envergadura, a instituição contribuiu para que os pesquisadores da área de comunicação pudessem enxergar além de dogmas, refletindo sobre a atualidade destes paradigmas consolidados e, mais do que isso, lançando um olhar inovador, mediante a promoção de uma importante releitura sobre tais contribuições aos cenários da pesquisa comunicacional.

Trata-se de uma coletânea, que reúne algumas das mais importantes contribuições expostas no quinto Colóquio. Na sua apresentação, o prof. José Marques de Melo historia, sinteticamente, as origens do pensamento comunicacional influenciado pelo cristianismo no Brasil e no continente, enriquecido, a partir dos anos 60, com as contribuições marxistas, assinalando que “... neste cadinho cultural projeta-se a ELACOM, Escola Latino-Americana de Comunicação, cuja geração pioneira (atuante na década de 1960) fora

* Doutor em Ciências da Comunicação pela UMESP, professor da Universidade Metodista de São Paulo.

educada segundo os parâmetros ideológicos do cristianismo, mas não mostrava desprezo pelos signos desafiadores do marxismo. É contudo a sua segunda geração (forjada na década de 1970) que protagoniza a confluência entre as duas matrizes de pensamento. Desde então os apóstolos do cristianismo e entusiastas do marxismo praticam controvérsio mas instigante diálogo, demarcando a contemporânea fisionomia das idéias comunicacionais latino-americanas”.

Dividido em três capítulos, que representam a síntese dos três grandes painéis do Colóquio, o volume traz no primeiro, intitulado *Contribuições do marxismo para as idéias comunicacionais latino-americanas*, um ensaio da profa. Marialva Barbosa, da Universidade Federal Fluminense que inventaria as idéias comunicacionais a partir dos métodos histórico-críticos, reconhecendo, entre outras questões que *“a capacidade dos sujeitos sociais de manifestar diferentes práticas simbólicas, situadas em determinado contexto histórico, os estudos culturais latino-americanos consideram como central a questão da consciência de classe, ainda que nos limites propostos pelo paradigma marxista thompsoniano. Mas essas práticas simbólicas são também da ordem da resistência, evidenciando, desta forma, a própria expressão do fazer-se enquanto classe, proposta central na visão que considera o sujeito como construtor de sua própria história, máxima mais evidente do marxismo.”*

Concluem o capítulo os ensaios de César Bolaño (Universidade Federal do Espírito Santo) e Guillermo Martini (Facultad de Ciências Sociales, Universidad de Buenos Aires), sobre as contribuições marxistas na constituição do campo comunicacional na ótica da economia política da comunicação, discutindo as relações de poder que constituem a produção, distribuição e o consumo dos bens simbólicos. O artigo de Victor Lenarduzzi (Fundação Walter Benjamin, Argentina), por sua vez, faz uma releitura acerca das contribuições da Escola de Frankfurt ao modo de pensar a comunicações e outro, de Daniel López, da Universidad Central de Venezuela, discute a vigência do pensamento de Karl Marx sobre a comunicação no nosso continente.

O segundo capítulo discute as contribuições do cristianismo para as idéias comunicacionais no continente. Artigo de Pedro Gilberto Gomes, da UNISINOS, Rio Grande do Sul, inventaria as grandes linhas de pensamento da Igreja Católica, falando das suas experiências institucionais práticas, discutindo documentos formais apresentados e debatidos institucionalmente, em que a comunicação sempre mereceu destaque especial. O artigo discute, também, as contribuições que a

Igreja deu ao desenvolvimento da comunicação alternativa e popular, especialmente nas décadas de 1970 e 1980, finalizando com um diagnóstico sobre a conjuntura contemporânea de atuação da Igreja Católica no campo da comunicação.

Este capítulo traz contribuições de Luis Inácio Sierra Gutierrez (Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colômbia), repensando as contribuições dadas ao campo, em 1968, quando aconteceu, em Medelin, um dos mais importantes encontros da Igreja Católica no continente, e de Ismar de Oliveira, ex-presidente da UCLAP, Unión Católica Latino-Americana de Prensa, refletindo sobre os caminhos contemporâneos da Igreja, quando o autor usa a expressão *marketing da fé*. Ainda merece menção o capítulo de Jacques Vigneron, da UMESP, sobre a influência das filosofias humanistas cristãs, particularmente, o neotomismo de Jacques Maritain e o personalismo de Emmanuel Mounier, sobre o pensamento comunicacional dos teólogos latino-americanos da libertação. No encerramento do capítulo, o organizador do CELACOM, prof. Marques de Melo faz uma primeira incursão sobre as ações de Frei Caneca, como precursor brasileiro da teoria da comunicação, mostrando que sua obra didática, produzida em Recife, entre 1803 a 1822 contém evidências capazes de justificar o pioneirismo neste campo.

O terceiro e último capítulo fala das estratégias das políticas comunicacionais, o debate entre marxistas e cristãos na América Latina. O artigo de abertura do capítulo, escrito por Maria Salet Tauk Santos, da UFRPE, relata que, com a implantação da ditadura militar no Brasil, em 1964, a Igreja Católica optou por mudar sua relação com o mundo, empreendendo uma luta libertadora dos pobres e oprimidos pela via da organização popular, acarretando uma série de ações, especialmente, no campo da comunicação social, resultado de uma leitura combinada entre preceitos cristãos e marxistas.

Depois, Eduardo Meditsch (UFSC) discute como os ensinamentos de Paulo Freire foram secundarizados, enquanto Leonildo Silveira Campos, também da UMESP, analisa dos modelos marxistas aos modelos neoliberais do uso religioso dos meios de comunicação no Brasil.

O livro finaliza com artigo de Maria Cristina Gobbi (UMESP/ Cátedra UNESCO), inventariando a institucionalização do CELACOM e elencando as discussões antes realizadas, com o intuito de recuperar parcelas importantes desta escola de pensamento para a área.