

XV Celacom - Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação

Grupo de Trabalho: GT5: Comunicação na América Latina: Pensamento e ação

Título: O processo de desenvolvimento da comunicação sob a perspectiva beltraniana¹

Autor: Eduardo Amaral GURGEL² xagurgel@yahoo.com.br

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo – SP

RESUMO

Do fim do século XX até os dias atuais, as chamadas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) tornaram-se o centro nevrálgico dos estudos das Ciências Sociais. Programadas para “facilitar” a comunicação por meio da digitalização de conteúdos elas mediam grande fluxo comunicacional. Interatividade, multimídia e portabilidade são conceitos inerentes que garantem rapidez no acesso à informação. Mas nem sempre foi assim. Somente nos idos de 1968, o Brasil conseguiu se interligar ao sistema mundial de comunicação por satélite. Embora o percurso diacrônico aponte esforços para estreitar o diálogo entre os seres humanos, ainda permanece um distanciamento apontado aqui por fundamentos históricos e teóricos de Luiz Beltrão. O objetivo proposto foi elaborar uma revisão de literatura deste pesquisador, especificamente sobre o texto “A Comunicação no processo de desenvolvimento” onde se buscou fazer um “estado da arte” do período, para a partir daí, apontar esclarecimentos sobre a pergunta feita na década de 1960, mas pertinente aos dias atuais: o Brasil sabe se comunicar? O presente artigo relata o processo sincrônico da obra em questão e busca uma síntese coerente dentro do caos de informações vigente.

Palavras-chave: Comunicação. Comunicar. Desenvolvimento. Pensamento. Ação.

¹ Trabalho apresentado no XV Celacom - Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação - Grupo de Trabalho: GT5: Comunicação na América Latina: Pensamento e ação. Sob orientação do Professor Doutor José Marques de Melo.

² Jornalista graduado pela FAI - Faculdades Adamantinenses Integradas. Pós-graduado em Comunicação Empresarial pela Unileto Araçatuba e, é mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo; Bolsista CAPES. E-mail: xagurgel@yahoo.com.br.

INTRODUÇÃO

As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) trouxeram uma série de benefícios à comunicação. Porém, a quebra da barreira dos espaços geográficos não foi suficiente para diminuir o abismo entre os homens.

Tal situação perdura por décadas a fio desafiando pesquisadores que vêem todas as facilidades ofertadas pelo avanço das tecnologias, mas não conseguem vislumbrar um progresso maior no simples ato de comunicar-se.

Era exatamente esta conjuntura que Luiz Beltrão observava à margem do solstício de verão do ano de 1968, a poucos dias do início das operações da Estação Terrena de Tanguá, em Itaboraí, no litoral fluminense.

No princípio de 1969, o Brasil já estava ligado ao sistema mundial de comunicações por satélite em contato com o Intelsat III, lançado para orbitar a atmosfera sobre o azul do Oceano Atlântico.

Um passo enorme para a comunicação no processo de desenvolvimento que adviria das benesses do novo sistema. Porém, aos olhos atentos do pesquisador, nem todos os problemas estariam resolvidos.

À época, Beltrão, com experiência internacional e grande visão de futuro, pontuou questões cruciais sobre a importância da comunicação no processo de desenvolvimento do Brasil. A abordagem crítica de temas como a indústria e a infra-estrutura da comunicação, comunicação e desenvolvimento cultural, econômico e político, busca soluções para problemas inerentes à área.

A insistência no objetivo de ver o Brasil crescer e se desenvolver, a exemplo de países europeus e norte americanos é tamanha que, em dado momento, o pesquisador dá sinais de exasperação ante aos entraves burocráticos e de outras ordens.

Destarte, neste trabalho se propõe uma pequena reflexão a partir de “percalços” no processo de desenvolvimento brasileiro em relação à comunicação; a partir de um viés apontado no texto base “A Comunicação no processo de desenvolvimento”.

Embora mais de quarenta anos tenha se passado, guardadas às proporções em face à evolução dos tempos, idéias de Luiz Beltrão ainda são pertinentes e contemporâneas ao século XXI.

O caráter hodierno dos temas pode então sugerir que, alguns dos problemas do final da década de 1960, ainda persistem. Diante das demandas, à época, Beltrão se mostrava cético sobre o contexto dirigente do País na condução de políticas voltadas para a comunicação. E nos dias atuais? Como são abordados e tratados os temas da comunicação?

O presente artigo então, onde há pertinência, traça um paralelo entre os problemas da década de 1960 com os dos dias atuais e, sem querer, de forma alguma, esgotar nenhum debate em si, através de indagações, propõe uma reflexão aberta dos rumos da comunicação que, como disse Beltrão, é essencial para o desenvolvimento do Brasil.

UM POUCO DE LUIZ BELTRÃO

Luiz Beltrão Luiz Beltrão de Andrade Lima nasceu no dia 8 de agosto de 1918 em Olinda, no Estado de Pernambuco. Estudou no Seminário de Olinda e no Ginásio Pernambucano e graduou-se em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito da antiga Universidade do Recife, hoje Universidade Federal de Pernambuco.

Ainda no ginásio, em 1936, ingressou no jornalismo trabalhando no arquivo do jornal Diário de Pernambuco onde passou a revisor e, posteriormente, se tornou repórter. Também atuou em vários órgãos da imprensa pernambucana e tornou-se líder sindical da categoria, alcançando projeção nacional.

Participou de congressos jornalísticos, no país e no exterior, foi autor de diversos ensaios e monografias sobre o jornalismo e suas conseqüências na sociedade. A prática como jornalista profissional também o impulsionou para a carreira acadêmica quando, em 1961, fundou o Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco.

Em 1963 criou o Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), primeiro centro brasileiro de estudos acadêmicos sobre os fenômenos midiáticos, mantido pela Universidade Católica de Pernambuco. Desta iniciativa surgiu a primeira equipe de pesquisadores de fenômenos comunicacionais e a primeira revista científica da área no Brasil – Comunicações & Problemas –, publicada a partir de 1965.

O reconhecimento de seu trabalho fez com que o Governo Castelo Branco o convidasse a assumir a direção da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília no período entre 1965 e 1969. É ali que defende sua tese de doutoramento sobre

Folkcomunicação, convertendo-se no primeiro Doutor em Ciências da Comunicação do Brasil.

Publicou vinte livros sendo que o primeiro, *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, lhe rendeu o Prêmio Orlando Dantas – 1959, patrocinado pela Editora Agir (Rio de Janeiro), que o lançou nacionalmente no ano seguinte. Em várias áreas foi pioneiro:

Luiz Beltrão converteu-se em ícone brasileiro das ciências da comunicação por seu tríplice pioneirismo: fundador do primeiro instituto universitário de pesquisa (1963), criador da primeira revista científica (1965) e autor da primeira tese de doutorado (1967) nessa área do conhecimento, em nosso país (DUARTE, 2001, p.127).

No ano de 1985 teve um acidente vascular cerebral que o deixou ficou paraplégico das pernas. Sobre uma cadeira de rodas ainda teve forças para escrever e lançar o livro *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa*. Luiz Beltrão faleceu no Hospital das Forças Armadas em Brasília, no dia 24 de outubro de 1986, aos 68 anos. A importância de sua obra o torna imortal diante de sua colaboração para as Ciências da Comunicação. O livro *Itinerário de Luiz Beltrão* (Recife, AIP/ UNICAP, 1998) – organizado por Roberto Benjamin – descreve toda sua trajetória intelectual.

CONTEXTO HISTÓRICO

Como aviso aos navegantes para se situarem, o texto base deste artigo “A comunicação no processo de desenvolvimento” foi proferido por Luiz Beltrão no dia 05 de dezembro de 1968 durante uma Conferência no auditório da NOBACAP, em Brasília, a convite da Secretaria de Administração ao Programa de Treinamento de Pessoal de Nível Superior, promovido pelo Centro de Seleção e Aperfeiçoamento da Prefeitura do Distrito Federal.

A ocasião especial era o prelúdio do mais importante acontecimento do século na área da comunicação: a inauguração, no Estado do Rio de Janeiro, do terminal de comunicações internacionais por satélites como anunciou o jornal “O Estado de São Paulo” (1.XII,68):

A partir de janeiro próximo, o Brasil estará ligado ao sistema mundial de comunicações por satélite, entrará em funcionamento a estação terrena de Tanguá, em Itaboraí, no litoral fluminense. A estação estará em contato com

o satélite Intelsat do qual receberá sons e imagens que virão de todas as partes do mundo e para o qual transmitirá imagens e sons dos principais pontos do Brasil. (BELTRÃO, 2006, p. 55)

A preparação para tal acontecimento foi o lançamento à 18 de dezembro de 1968 do satélite Intelsat III – que se situaria a 31 graus oeste de longitude do litoral brasileiro, sobre o Oceano Atlântico. Produto da evolução dos aparelhos anteriores, o I e o II, este contaria com um avanço tecnológico e, conseqüentemente de capacidade.

Sua capacidade será de 1.200 canais de voz, além de um canal de TV. Através dele, a estação de Tanguá se comunicará com as estações terrenas dos EUA, México, Chile, Alemanha, Itália e Espanha. Passará a aguardar, no entanto, a entrada em funcionamento das estações da Argentina, Peru, Venezuela, perfazendo assim o total de nove. ((BELTRÃO, 2006, p. 55)

Ao final de sua instalação, a estação de Tanguá tinha a capacidade de: uma portadora de rádio-frequência modulada com um máximo de 132 canais, outra com um canal de vídeo preto e branco ou a cor, e outra com um canal de som de TV. Com o novo sistema de Tanguá, a telefonia brasileira sofreu grande expansão. Todo este aparato trouxe conseqüências incalculáveis para todo o sistema de comunicação do Brasil.

A estação terrestre de Tanguá em Itaboraí foi oficialmente inaugurada em 28 de fevereiro de 1969, e a primeira recepção de TV via satélite foi realizada em 6 de março desse mesmo ano, no lançamento da nave espacial Apolo IX. Por meio do sistema de satélites, em julho daquele ano foi possível ainda a transmissão da chegada do homem à Lua pela TV Globo.

O PONTO DE PARTIDA

Uma pergunta feita por Heron Domingues divulgada no “Correio Brasiliense” (ed. 23/XI/68) foi o estopim de uma série de questionamentos e elucubrações elaboradas aqui por Luiz Beltrão. Ao anúncio da inauguração da estação terrena de Tanguá, ele indagava: Quando o Brasil poderá falar consigo mesmo?

Partilhando a mesma angustia do jornalista gaúcho, Beltrão relata há muito se fazer as mesmas indagações e ainda outras que merecem acuro na busca por respostas que possibilitem um traçado seguro para a comunicação no processo de desenvolvimento.

Quando o Brasil poderá falar consigo mesmo? E mais ainda: como poderá falar com todo o mundo, se não sabe falar? Com quem temos falado até hoje e que quantidade e valor de mensagens emitimos através dos maravilhosos aparelhos gravadores e transmissores que possuímos, adquirimos a peso de divisas suadas nos grandes centros industriais do mundo desenvolvido? (BELTRÃO, 2006, p. 35)

Buscando respostas para essas questões, o pesquisador faz uma análise dos problemas que afligem a comunicação e atrapalham o processo de desenvolvimento do Brasil. Sobre alguns aspectos, o leitor menos desavisado poderá achar que os temas elencados são atuais e não do final da década de 1960. Ainda que quarenta anos pareça um espaço curto de tempo, vale lembrar o avanço tecnológico na área da comunicação no mesmo período que não deixa margem para dúvidas. Afinal, progredimos, estagnamos ou retroagimos? Diferentes vieses parecem apontar respostas também díspares. Se nos compararmos com outras nações. Se observarmos questões tecnológicas. Se nos ativermos a questões políticas e sociais, entre outras, parecer-nos-á que flutuamos pelas três hipóteses levantadas.

Vejamos então por quais caminhos nos conduz Beltrão por emblemáticas situações da comunicação.

SEM COMUNICAÇÃO NÃO HÁ DESENVOLVIMENTO

Muito precocemente Luiz Beltrão entendeu que comunicação e desenvolvimento eram indissociáveis. Após adquirir conhecimento na área dentro e fora do Brasil, percebeu que seu país perdia espaço frente a outras nações que tinham políticas comunicacionais mais elaboradas. Ressentiu-se com a abordagem que o “contexto dirigente da nação” tinha em relação a seu campo de atuação.

Com certo dissabor Beltrão admiti que o Brasil tardou a reconhecer a importância da comunicação em relação a outras nações que melhor se prepararam para o futuro.

Infelizmente, falta-nos a tradição da Comunicação. Ficamos marcando passo, numa eterna ordem unida, não obstante o esforço de alguns poucos idealistas – um Roquete Pinto, um Cásper Líbero, um Assis Chateaubriand – enquanto outros povos marchavam célebremente, convencidos de que um século viria em que a humanidade para continuar existindo necessitaria, antes de tudo, de saber comunicar-se. (BELTRÃO, 2006, p. 36)

Diante deste quadro, Luiz Beltrão cobra envolvimento e uma postura mais incisiva do que chama de “contexto da comunicação nacional”.

Esquecemos, sobretudo, que a comunicação é hoje um complexo industrial, que abrange desde equipamentos, oficinas gráficas, rádio e tele emissoras, estúdios cinematográficos e serviços de produção de informações – até toda uma infra-estrutura que, aos Estados contemporâneos e à iniciativa privada, em seus mais audaciosos investimentos, compete montar e fazer funcionar econômica e eficazmente. (ANUÁRIO METODISTA, 2006, p. 36)

Neste ponto, levado pelo afã de melhorar o contexto comunicacional, o pesquisador se permite uma digressão ao qual chama de necessária.

Parece que a mentalidade dominante está consubstanciada nas seguintes indagações: por que gastarmos dinheiro – o nosso tão minguado e desvalorizado dinheiro, que baixa de cotação a cada mês – em preparar jornalistas, comunicadores, escrever editoriais e reportagens, produzir e realizar programas de rádio e televisão, rodar películas cinematográficas, compor musica e versejá-la, divulgar projetos e programas dos nossos economistas e administradores? Por que editar livros próprios, promover o turismo nacional, defender nosso folclore, empreender pesquisas de opinião e atitude? Por que celebrar a memória e lembrar o exemplo de Caxias e Tamandaré, de Carlos Gomes e Villa Lobos, de Castro Alves e Manuel Bandeira, de Osvaldo Cruz e Miguel Couto, de Aleijadinho e de Portinari, de Rui e Virgílio de Melo Franco, de Mauá e Simonsen? (BELTRÃO, 2006, p. 37-38)

O descontentamento com o modelo de comunicação vigente transparece na ironia impregnada propositalmente para alertar os perigos que rondam o Brasil.

Não sejamos “quadrados” – parece advertir o contexto da comunicação nacional. Não vamos perder tempo e gastar dinheiro com o preparo de comunicadores para escrever os jornais e elaborar scripts de rádio e TV, dirigir filmes ou lançar sucessos em festivais nacionais de musica e canção. Temos bossa e isso nos basta. A ciência e a técnica têm-nas os outros. Importemo-las. E também importemos as idéias alheias é o que parece dizer o que fez o contrato nacional de comunicação. (BELTRÃO, 2006, p. 38)

Luiz Beltrão, após a campanha contra “invasão branca” de capitais e influência estrangeira nos meios de comunicação nacionais, falou sobre um convênio firmado entre o “New York Times” e diversas empresas jornalísticas do Brasil e de países vizinhos e alertou sobre os riscos dessa “união”. Também observou a tendência de se optar por agências internacionais em detrimento de enviar correspondentes especiais.

Que mal há em adotar um costume válido em todo mundo e assinar os serviços de uma agência internacional? Evidentemente, não há mal quando se trata de notícias e quando a seleção destas nos cabe. O grave, porém, no caso citado, é a seleção de editoriais e outros artigos; é a importação e a inoculação das idéias alheias dos pontos de vista dos grupos estrangeiros na imprensa livre do Brasil. O grave é não termos meios de também exportar nosso pensamento, nossas idéias, nossos pontos de vista; não podemos com eles acrescentar, em dólares, uma nova dimensão aos nossos interesses. (BELTRÃO, 2006, p. 39)

Além da imprensa escrita, Beltrão estava atendo ao movimento rádio e televisão à época afetados pela utilização de long-playings e enlatados que preenchem grande parte da programação das emissoras do Brasil.

Não sejamos quadrados” parece sustentar o contexto da comunicação brasileira – para ouvir o samba do morro, o frevo ou maracatu, “prenda minha” ou “adeus Belém do Pará”, bandas, margaridas e ponteios, para ouvir falar de flores ou de sabiás – se temos o “ye ye ye”, o rock, os Beattles e o rei Roberto ganhando festival em San Remo, cantando em italiano um “amore mio”qualquer? (BELTRÃO, 2006, p. 39)

Luiz Beltrão ainda reforça sua tese de que sem o intercâmbio de mensagens culturais, não há perspectiva para o desenvolvimento. Salienta ainda que a comunicação deva ser pensada com a mesma intensidade de temas de interesse nacional.

A INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO

Conceitos da revolução industrial transformaram a comunicação de manual e artesanal em especialização e indústria. Este fato deve-se a revolução tecnológica, a concentração das populações e a pela aspiração do homem. a educação e a cultura. Em consequência dessa transformação vieram as grandes empresas com todas as etapas de produção e comercialização ou de prestação de serviços à coletividade. Neste contexto nasceram as empresas editoriais, jornalísticas, cinematográficas, de radiodifusão, de propaganda e relações públicas, turísticas, de gravação, etc. Este processo todo exigiu a mecanização com máquinas melhores, a padronização com a produção em série e a divisão do trabalho, exigindo a especialização dos agentes. Em defesa da formação profissional Beltrão argumenta que a concorrência no mundo das comunicações será seletiva pro si só.

Ora, com a especialização veio a exigência da formação profissional adequada. Não se admitirá o jornalista improvisado; a experiência e o equipamento da indústria, sua organização, os capitais e interesses em jogo, a concorrência dos demais meios de comunicação – tudo isso leva a empresa a contratar aqueles que vão para o jornalismo porque gostam de escrever ou que entram no jornal como uma porta aberta a outras atividades, como a alta função pública ou a política, mas os que aprenderam a captar, redigir e editar a notícia, conhecem os métodos e técnicas jornalísticas, tem sólida e ampla cultura geral. (BELTRÃO, 2006, p. 40)

Com o fenômeno da concentração das indústrias de comunicação, outro episódio anotado por Beltrão à época foi a absorção de empresas de maior prestígio no campo da comunicação por grupos de maior poder. O crescimento do campo provocou e ainda provoca estudos e debates, tanto nos círculos governamentais como nos empresariais, sem falar entre os teóricos da comunicação. Sobre o fato da formação de conglomerados comunicacionais, relata e revela sua preocupação:

A minha intervenção foi um relato da situação no Brasil, mostrando como se estão formando poderosas empresas de comunicação que absorvem jornais, rádios e tele-emissoras, enquanto fazem desaparecer pequenas empresas isoladas, que não acompanham o ritmo dos investimentos e o risco das operações da indústria, ora sob o impacto de uma completa revolução tecnológica e filosófica. A desaparecimento desses órgãos não seria tão grave se fossem eles substituídos por outros de maior eficiência e ampliassem o programa dos absorvidos e servissem melhor aos interesses das comunidades a que se destinavam. (BELTRÃO, 2006, p. 41)

Dando os trâmites do capítulo por findos, alia o fenômeno à “falta de infra-estrutura que a comunicação contemporânea reclama”.

A INFRA-ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO

Beltrão classificou a infra-estrutura da comunicação por meio de um esquema sintético traçado pelo trinômio: eletrificação – comunicações – formação profissional. Conforme explicação plausível, o primeiro desses fatores é ponto pacífico haja vista sua necessidade primordial para qualquer programa desenvolvimentista. Neste caso, à época, o Brasil já apresentava um estágio avançado na exploração em larga escala da energia hidroelétrica.

Em se tratando de comunicações os trâmites eram lentos mediados pela falta de estradas de rodagem e de rede ferroviária. No mesmo ritmo se desenvolviam as indústrias que dependiam das estradas. Até mesmo o contato pessoal difícil e esporádico. À exemplo das estradas, também a navegação de cabotagem: os transportes marítimos e os fluviais eram deficientes. Concomitante às deficiências brasileiras, Beltrão relata passagem sua pelos Estados Unidos onde visita uma região antes problemática do Tenessee que, posteriormente se tornou em uma grande área industrializada.

Quando da minha viagem, transformara-se já, graças à ação da TVA, na segunda região industrializada dos Estados Unidos. Ali tinham crescido, sob o incentivo de uma intensa rede informativa e de propaganda, por jornais e estações de rádio e TV, estaleiros, siderúrgicas, fábricas de beneficiamento de produtos agrícolas, mil e uma indústrias e o produto do trabalho daqueles milhões de cidadãos subdesenvolvidos do vale do Tenessee escoava-se do sul até os grandes lagos através dos diversos rios interligados, que permitem comunicações internas econômicas e estratégicas – desde Nova Orleans até Chicago. (BELTRÃO, 2006, p. 41)

Enquanto contemplava o espetáculo do desenvolvimento lá fora, Beltrão via milhões de brasileiros privados da comunicação e, conseqüentemente, do desenvolvimento por falta de vias terrestres, marítimas e fluviais. Dessa deficiência valeram-se outras nações para impregnar a audiência brasileira com seus produtos “gratuitos”.

Entoxicamo-nos com a propaganda estrangeira, em filmes, em programas de TV, em discos, nos anúncios de página completa distribuídos pelas agências de propaganda ditas nacionais, nos educativos postos à disposição como máquina projetora e operador, pelos serviços de relações públicas e informações das Embaixadas e Consulados. Tudo isso é de graça... e como não podemos viver sem a comunicação cultural, vamos recebendo, vamo-nos impregnando da técnica, da arte, dos costumes, do “way of life”, do humor, da generosidade, do heroísmo, das idéias, das opiniões, dos sistemas políticos, de tudo quanto, num trabalho inteligente, sutil e bem bolado, nos impingem os especialistas da comunicação que, anualmente, saem das escolas e cursos mantidos em todas as nações provenientes do mundo moderno. (BELTRÃO, 2006, p. 41)

Em contraste com a assimilação de produtos importados, os trabalhos dos comunicadores da época – jornalistas, dramaturgos, cineastas, publicitários – não eram reconhecidos nem tolerados. Sem a necessária formação profissional, eles eram improvisados na área.

Defrontamo-nos, assim, com mais uma lacuna na infra-estrutura da comunicação brasileira: não temos centros de formação profissional e, até hoje, não demos importância nem nos preocupamos com o funcionamento real e eficaz dos poucos cursos de jornalismo do País e das ainda mais raras Escolas de Comunicações Culturais, que não conseguiram sequer o seu lugar ao sol na estrutura educacional superior do Brasil. (ANUÁRIO METODISTA, 2006, p. 41)

Beltrão reclama que, ao contrário do Brasil, países como os “Estados Unidos, a Espanha o México e na União Soviética, os Ministérios da Educação e da união soviética Economia, as Universidades e as Prefeituras, os organismos públicos e privados incentivam, por todos os meios, a preparação de comunicadores”. (BELTRÃO, 2006, p. 45)

Isso significa que reagiremos em cobertura à política desenvolvimentista do nosso Governo na medida em que também abastecemos os nossos meios de comunicação com a nossa própria ideologia: e só o poderemos fazer se dispusermos de uma infra-estrutura (eletrificação, comunicações e formação profissional) à altura do que reclama a difusão de mensagens culturais em nossa época. (BELTRÃO, 2006, p. 45-46)

COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO CULTURAL

A promoção do desenvolvimento cultural no Brasil em um país com alto índice de analfabetismo é travancada por deficiências na infra-estrutura da educação e da comunicação. Para sanar a situação, Beltrão analisa que é preciso a comunicação “assumir, primeiro, as modalidades áudio-visuais. O rádio, o cinema e o teatro estão em primeiro plano, seguindo-se o disco, a televisão e, finalmente, o livro, a revista e o jornal”. (BELTRÃO, 2006, p. 48)

Aponta, porém, que o índice de analfabetos não expressa com justiça o nível cultural de um povo, haja vista a chamada civilização da palavra e da imagem. Não há como negar o contributo dos meios de comunicação para elevar o grau de conhecimento da massa, “...(e até mesmo aliená-la quanto a certos problemas decisivos para o nosso desenvolvimento, e que não nega, antes consolida a tese), levá-la a assumir determinadas posições ou, pelo menos, despertar-lhe desejos e anseios”. (BELTRÃO, 2006, p. 48)

Sociólogos e antropólogos brasileiros têm dedicado estudos e realizado pesquisas sobre a influência do cinema, do rádio e da TV no pensar e no agir

do nosso povo e assinalado a sua preferência por todas as mensagens que tocam a alma e a sensibilidade nacionais. (BELTRÃO, 2006, p. 48)

A defesa da cultura brasileira é ponto marcante na obra e na vida de Luiz Beltrão que vislumbrou aí uma das mais ricas formas de comunicação. Enfatizando a importância da cultura no processo de desenvolvimento anuí:

O desenvolvimento cultural de um povo só pode ser medido pela sua permeabilidade à inovação, pelo nível de sua sensibilidade à arte, à ciência, à moral. O belo folclore brasileiro – a sua música, a sua dança, os seus versos, as suas lendas e credences – aí estão como prova de que o nosso povo tem aguçada inteligência e um imemorial lastro cultural que lhe veio do conhecimento da natureza do País, pelo índio, e dos mistérios do homem, que o africano trouxe consigo da liberdade para o cativo”. (BELTRÃO, 2006, p. 48)

Da sistemática pesquisa sobre o rico e sugestivo folclore, Beltrão formulou aquela que seria a primeira Teoria da Comunicação brasileira: a Folkcomunicação. Esta sugere que as camadas economicamente mais frágeis se valem do folclore para trocar informações e exprimir os seus anseios. Nos dias atuais a Folkcomunicação tem corroborado com o processo de desenvolvimento sendo objeto de estudos e pesquisas na comunicação.

COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Os meios e agentes de comunicação participam da batalha do desenvolvimento econômico não como meros auxiliares – mas como vanguardeiros. A atuação do jornalismo nos Estados Unidos foi crucial para o início do surto desenvolvimentista nos fins do século passado. Nesta época surgiram os primeiros grandes diários da informação, as primeiras revistas de tiragens maciças. E esses veículos principiaram campanhas históricas nos Estados Unidos contra a corrupção administrativa, pela assistência aos trabalhadores, em favor do aumento da produção e dos salários. Essas campanhas abertas por jornalista atraiu outros grupos sociais que, por sua vez empreenderam novas empreitadas.

No Brasil, jornalistas unidos a intelectuais, militares e estudantes criaram uma consciência de monopólio estatal sobre o petróleo e ajudaram a formar a Petrobrás. Além dos jornalistas, há também a contribuição histórica das Relações Públicas que teve grande participação no processo de desenvolvimento da economia norte-americana.

O exemplo mais significativa da área vem da atuação de Ivy Lee –considerado o pai das Relações Públicas – que adotou técnicas bem sucedidas de persuasão e conquista de adeptos às campanhas políticas e sociais nas empresas de John D. Rockefeller Júnior.

O processo de desenvolvimento também abarca a interligação entre os meios de comunicação, a publicidade e as empresas.

Os meios de comunicação, em nosso País, tem na publicidade a sua principal fonte de recursos. Mas há uma estreita interdependência entre as empresas comerciais e industriais e as de comunicação: sem estas, inexistiriam o mercado amplo e aberto que permite a produção maciça e, por conseqüência, econômica. (BELTRÃO, 2006, p. 51)

A propaganda com seus “slogans” foi responsável pela mudança de hábitos e conceitos das pessoas. Ao longo do tempo foram forjadas opiniões sobre determinados produtos que até hoje estão inoculadas na mente das pessoas.

Como bons mesmo são o uísque escocês, a soda japonesa, a maquinaria alemã, o perfume francês, o Porto lusitano, os sapatos italianos, o café da Colômbia, o gado argentino, os vinhos chilenos, os charutos cubanos, o fumo egípcio, a democracia americana, a beleza das suecas, a pontualidade britânica... Bom é tudo aquilo que a propaganda inteligente, vida hedônica, original, artística-propaganda, propaganda mesmo – obedecendo a um conjunto de normas e técnicas que não se aprendem de oitiva – bom é tudo aquilo que a propaganda nos diz que é. Somos títeres movimentados pelos cordéis da propaganda. (BELTRÃO, 2006, p. 51)

Ao verificar o poder da comunicação, Beltrão conclama seus agentes para trabalhar em prol do desenvolvimento econômico do Brasil

Jornalistas, publicitários e relações públicas podem criar uma consciência desenvolvimentista, são capazes de formar mentalidades novas, de despertar desejos e aspirações positivas ao homem tão decepcionado, tão cético, tão sofrido do Brasil. (BELTRÃO, 2006, p. 51)

COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO POLÍTICO

Por último, porém um dos mais importantes temas, a comunicação e o desenvolvimento político, requer um apreço dos comunicadores no aprimoramento das instituições governamentais – legislativas, executivas e judiciárias – promovendo a segurança e o bem-estar coletivo, sob o império da lei. A instabilidade política prejudica deveras um

programa desenvolvimentista. Busca-se nos programas uma continuidade administrativa, que independa dos homens que estejam à testa do Governo.

No caso da propaganda do regime, comunicadores a serviço do estado utilizam técnicas de argumentação e persuasão para imprimir no espírito público o respeito às leis e às instituições. Porém, tem-se que estar atento a este setor de atividade pública como alerta Beltrão:

O exemplo histórico da máquina de propaganda nazista, divulgado pela imprensa, pelo rádio e pelo cinema – para o povo alemão e para o exterior – e a filosofia hitlerista conduzindo a humanidade ao mais terrível dos conflitos é de ontem. A expansão da ideologia comunista, carregando para Moscou e Pequim as simpatias e adesões das massas desiludidas do mundo ocidental e tornando em meros satélites povos livres e até mesmo desenvolvidos, encontra no trabalho altamente especializado dos seus comunicadores e na utilização rigorosamente técnica dos seus “mass media” o principal suporte. E outro não é o suporte que conduz a juventude às ruas em seus movimentos de protesto e reivindicações, independente dos regimes políticos e da máquina policial montada pelos governos, como promove o levante das raças marginalizadas com o terrorismo dos incêndios e devastações e dos atentados que derrubam presidentes, candidatos e líderes. (BELTRÃO, 2006, p. 53)

Para além desses exemplos da força da propaganda política, o imperialismo econômico e político travam uma guerra psicológica nos meios de comunicação onde somos meros espectadores e receptores das ideologias e das informações alheias. Diante do quadro que hora se configura, Beltrão alerta:

Impõe-se, assim, por uma questão de mera sobrevivência do Estado e da Cultura do Brasil e da soberania do seu povo que, nos planos de desenvolvimento, cuidem os políticos e economistas que os traçam e a burocracia que os executa no âmbito governamental de dotar o nosso país de serviços essenciais de propaganda e informação política e administrativa. (BELTRÃO, 2006, p. 53)

A comunicação é um dos pilares da democracia e, como tal, deve ser tratada com muito esmero e responsabilidade por aqueles que a manuseiam na esfera governamental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É público e notório a importância da comunicação no processo de desenvolvimento do Brasil. Daí a preocupação latente de Luiz Beltrão com os caminhos trilhados pela comunicação em relação a diversos campos. O pensamento do pesquisador deve ser

observado e posto em prática (ação) em favor do bem comum. Desde a década de 1960 até os dias atuais, problemas comunicacionais se arrastam sem solução e, em alguns casos, varridos para debaixo de “tapetes” históricos.

Indagações daquele período reverberaram sobre o tempo e, respondidas ou não, merecem reflexão à luz da comunicação que hoje desfrutamos. O Brasil sabe se comunicar? Quando o Brasil poderá falar consigo mesmo? Como poderá falar com todo o mundo, se não sabe falar? Com quem temos falado até hoje e que quantidade e valor de mensagens emitimos?

Outros percalços na comunicação elencados por Beltrão ecoam através dos anos e nos fazem ver que “patinamos” em questões cruciais para o desenvolvimento. Exemplo como a formação profissional de comunicadores, o acesso à infra-estrutura da comunicação, a participação efetiva e equânime do povo na elaboração de políticas efetivas para a comunicação.

Além das perguntas feitas no corpo deste, ficamos ainda martelando as palavras de Luiz Beltrão: “Que temos nós, brasileiros, habitantes da maior porção do continente sul-americano, a maior parcela nacional de latinos da comunidade que se estende do Rio Grande até o Estreito de Magalhães – que temos nós feito para a nossa sobrevivência como nação e como líderes?”

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, Ano 10, nº 10, Jan-Dez. São Bernardo do Campo: Metodista, 2006.

DUARTE, Jorge. Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da Comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; DUARTE, Jorge (orgs.). **Memória das ciências da comunicação no Brasil: os grupos do centro oeste**. Brasília: UniCeub, 2001. p. 127-155