

# Apresentação

JOSÉ MARQUES DE MELO

Configurando uma espécie de “rolé” da teoria da comunicação, este livro simboliza o ingresso de uma geração rebelde na arena cognitiva. Logo que examinei o plano da obra, tive a nítida sensação de vislumbrar uma perspectiva ambiciosa para o estudo das teorias e metodologias que embasam nossa área de conhecimento.

Mais do que isso: percebi que seus autores estavam dispostos a superar o sentimento de apatia que geralmente aflora no seio do alunado. Por isso compreendiam que era inadiável a busca de um suporte renovador do ensino e desafiador da aprendizagem, repercutindo na transformação de atitudes.

Esse grupo de jovens professores decidiu arregaçar as mangas para organizar um livro-texto capaz de fazer a moçada estudar de forma menos traumática. Para tanto, fugiu dos paradigmas minimalistas em vigor, inspirados na trindade Marx-Weber-Durkheim, gerando, a la gauche, o

quarteto europeu Adorno-Horkheimer-Althusser-Matte-lart ou a la droite o quinteto americano formado pelos 4 pais fundadores – Lasswell, Lazarsfeld, Hovland, Lewin – e seu padrinho inventor – Schramm.

A organizadora Rose Vidal logrou produzir um manual empaticamente sintonizado com as aspirações dos estudantes que lotam as classes das universidades, sobretudo das periféricas.

Sua estratégia assemelha-se ao procedimento usual no mundo esportivo. Eles convocaram um verdadeiro time de goleadores, cada qual ocupando a posição que lhe compete durante uma partida de futebol, mas agindo de forma sinérgica para encabeçar o placar, vencendo a disputa.

Tal esforço didático-pedagógico resultou na produção de um “livro realmente diferenciado”, mobilizando a nova geração que se prepara para ingressar nas indústrias midiáticas na idade da internet.

Desta maneira, a presente antologia pode funcionar tranquilamente como introdução plural à teoria da comunicação, correspondendo às aspirações da gurizada, petizada, molecada ou meninada que perfila discretamente como pretendente a um lugar ao sol na sociedade de consumo. Eles desejam penetrar na engrenagem das indústrias, serviços e organizações terciárias que informam, educam e divertem. Evidenciando que não pretendem “fazer a cabeça”, mas dar alento e esperança aos produtores de bens simbólicos, os novos teóricos ensinam seus leitores a pensar com autonomia e tirar as próprias conclusões.

Tal qual vem ocorrendo hoje no âmbito dos *shopping centers*, onde os proprietários tomam providências para impedir a entrada dos “rolezinhos” consumistas, não causaria surpresa se os timoneiros da nossa comunidade acadêmica agissem discricionariamente para inibir os “rolezinhos” pedagógicos. Favorecendo a vida, outrora tranquila,

das “patricinhas” e dos “mauricinhos” que fortalecem o “pacto da mediocridade”, estes reforçariam o consumo hegemônico. De forma exclusiva ou alternada, continuariam vigentes as ideias oriundas das escolas de Chicago ou Frankfurt... Ou melhor, triunfaria a lei do menor esforço...

Demonstrando que a realidade contemporânea é bem mais complexa e contraditória, os autores reunidos nesta coletânea prestam relevantes serviços à universidade crítica, sinalizando através de uma dezena ou mais correntes de pensamento.

São Paulo, 25 de janeiro de 2014