

Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?

Vera Veiga França¹

vfranca@fafich.ufmg.br

Resumo

A reflexão desenvolvida neste texto está centrada na questão da especificidade de nosso saber: temos clareza e tratamos de forma consensual o objeto da comunicação? Quais são os conceitos, as bases conceituais estruturadoras de nossa área? Qual é (ou quais são) o(s) paradigma(s) da comunicação? Para tratar desta questão, procuramos rever de forma crítica alguns aspectos centrais e estruturadores de nosso domínio de conhecimento, e que dizem respeito à definição de seu objeto; à questão da interdisciplinaridade; às correntes de estudo que compõem o pequeno “patrimônio” da Teoria da Comunicação; à existência e fragilidade dos paradigmas da área. Fechando esta breve discussão, procuramos apontar elementos que sinalizam uma outra concepção ou um novo paradigma – que busca resgatar a complexidade, circularidade e globalidade do processo comunicativo.

Palavras-chave: teoria da comunicação; paradigmas da comunicação; objeto da comunicação.

¹ Vera Regina Veiga França é doutora em Ciências Sociais pela Universidade René Descartes – Paris V e professora do Mestrado em Comunicação Social da UFMG.

Talvez não seja esta uma boa maneira de começar um texto acadêmico, mas devo dizer que ele está fundado, ou foi estimulado, por duas razões de ordem subjetiva.

A primeira é um grande interesse em participar desse novo GT, sobre teorias ou sobre uma epistemologia da comunicação: pergunto-me quais colegas, vindos de onde – de quais instituições e de quais lugares teóricos - irei encontrar, que tipo de trabalho e qual a configuração dos debates que serão travados nesse fórum. Esta quase curiosidade tem uma justificativa: lecionando disciplinas de Teoria da Comunicação há mais de vinte anos (na Graduação e na Pós-graduação), sinto um certo isolamento ao tratar das questões e dilemas que atravessam esse domínio de conhecimento; vejo alguma negligência e até mesmo um certo ostracismo no tratamento dos fundamentos teóricos de nossa área; uma “quase falta de nobreza” na discussão do objeto da comunicação, das suas bases teóricas e metodológicas. Tal atitude se reveste de dois sentidos: de um lado, é como se se tratasse de questões muito antigas, há muito resolvidas ou há muito descartadas, reminiscências de um momento já passado. Um segundo sentido que pode ser percebido diz respeito à falta de relevância de tal debate: com tantas questões e aspectos mais atuais, mais estimulantes, mais “glamourosos” para estudar sobre a comunicação, seria perda de tempo, ou um movimento estéril esse de pensar o estatuto teórico da área. Avança-se mais (e é mais interessante) investindo no desenvolvimento de estudos sobre as práticas comunicativas do que nesse esforço de buscar uma sistematização de seus referenciais teóricos e metodológicos.

Não se trata aqui de fazer uma apologia da “teoria da comunicação”, mas é preciso resgatar a importância e o papel que ela ocupa – ou deve ocupar - na constituição da área e na formação de nossos estudantes. Vale ressaltar aqui inclusive o contraste: a Teoria da Comunicação é disciplina obrigatória na grande maioria dos Cursos de Comunicação; seu conteúdo, no entanto, não é claramente definido, e ela não dispõe de referências bibliográficas firmes. Aguardo, assim, esse momento de troca, compartilhamento e aproximação entre os pesquisadores desse domínio com interesse e expectativa.

A segunda motivação que anima este texto é quase um balanço de minha experiência na área – desde meus tempos como estudante ao meu já longo trajeto como professora, assisti e participei de várias fases: tendências e ênfases se sucedem; o panorama dessa área (ou sub-área) de conhecimento muda frequentemente. Um aspecto

que exprime muito bem esse fato – ou essas mudanças – são os programas das disciplinas de Teoria da Comunicação lecionadas nos Cursos de Graduação. Uma revisão de programas ministrados ao longo dos últimos 30 anos vai revelar um aspecto curioso (ou preocupante!): tópicos, escolas e autores aparecem e desaparecem ao longo dos anos, compondo em cada momento um papel bastante diversificado. Essas mudanças ultrapassam a renovação natural e salutar que devem sofrer as disciplinas curriculares e falam antes da instabilidade e incerteza que ainda atravessam nosso domínio de conhecimento e a própria área da comunicação. A Teoria ou as Teorias da Comunicação devem responder pelos fundamentos dessa área de conhecimento; apresentar a trajetória e as diferentes bases conceituais que vieram sendo construídas. Ora, deve haver um consenso mínimo da comunidade científica sobre essas bases; deve existir uma história e um patrimônio de conhecimento partilhados. E não é bem esta nossa realidade.

Assim, a oportunidade de escrever este trabalho, neste momento, coincide com meu desejo de fazer uma pequena reflexão sobre minha experiência na área; sobre os lugares já visitados e o lugar onde hoje me encontro. Naturalmente o desenvolvimento deste texto, marcado pelo pessoal, não diz respeito a uma dimensão meramente individual – não se trata da “minha” experiência, mas da minha experiência com a área de comunicação. A presente reflexão incide assim sobre a própria situação da área, sobre as evoluções, contradições e impasses que vêm marcando seu desenvolvimento – e são vividas por nós, profissionais que atuamos neste domínio.

Este preâmbulo, talvez um pouco longo, tornou-se necessário para explicar a natureza e a ordenação deste texto. Ao falar sobre Teoria da Comunicação não estou falando apenas da disciplina curricular que tem este nome (ainda que me sirva dela o tempo todo como exemplo, lugar de demonstração), mas da própria constituição do estudo da comunicação como domínio científico. Neste sentido, ao longo deste trabalho, meu objetivo é pontuar e refletir sobre algumas questões que considero fundamentais e mesmo estruturadoras desse domínio. São elas: a definição do objeto da comunicação; a interdisciplinaridade; as correntes de estudo; os paradigmas da área.

O objeto

A primeira questão diz respeito ao objeto da comunicação. Na constituição de qualquer domínio de conhecimento, a definição de seu objeto de estudo é fundadora; é em torno de um objeto, é ao recortar um objeto próprio, distinto, que um novo domínio de conhecimento se constitui. O objeto da comunicação, qual é? É curioso que, passado um século dos primeiros estudos, esta questão ainda se coloque – e cause polêmicas.

Em linhas gerais, podemos identificar dois objetos apontados: os meios de comunicação e o processo comunicativo. De um lado, e de forma mais evidente, o objeto recortado são os meios de comunicação de massa (formulação mais antiga) ou a mídia – designação contemporânea, mais ampla, e que retira a ambigüidade do qualificativo “massa” (ênfase na amplitude do público atingido), referindo-se à comunicação realizada ou mediada pelas novas tecnologias.

Trata-se aqui, portanto, de um objeto empírico de grande visibilidade e impacto, um aspecto tangível de nossa realidade, que é a presença da comunicação midiática, o desenvolvimento das tecnologias da comunicação.

Reforçando a propriedade desse recorte do objeto, lembramos que as “origens” da Teoria da Comunicação, os estudos evocados como pioneiros na inauguração da área, no início do século XX, foram exatamente estudos voltados para a caracterização e análise das novas práticas comunicativas que despontavam no final do século XIX e marcam o século XX: o surgimento da imprensa de massa, do rádio, da televisão (e do cinema, em menor grau). A evidência desse objeto só veio aumentando no decorrer das décadas, com a centralidade cada vez maior assumida pela mídia, o aparecimento dos meios digitais e das redes telemáticas, o papel determinante da informação.

O problema da eleição desse objeto é que ela está assentada no pressuposto de uma ilusória autonomia e precisão dos contornos da empiria. Os objetos do mundo não estão dados de antemão, nem são recortados por suas leis intrínsecas – mas constituídos e dispostos pelo olhar e intervenção dos homens. Assim, os meios de comunicação ou a mídia, na sua aparente objetividade e simplicidade, não o são tanto assim, mas se desdobram em múltiplas dimensões – tais como a técnica, a política, a economia, o consumo, a vida urbana, as práticas culturais, a sociabilidade etc. Dimensões estas que não apenas irão “compor” o nosso objeto, mas se desenvolvem por caminhos próprios. À guisa de exemplo poderíamos perguntar: um cientista político que, fazendo uma

análise política de uma eleição, tem como uma de suas variáveis a presença e uso da mídia, está fazendo um estudo de comunicação? Um economista que inclui a publicidade e os fluxos de informação na dinâmica atual dos modelos econômicos, está fazendo um estudo de comunicação? E um psicólogo que analisa a sexualidade infantil relacionada com o erotismo na tv?

Exagerando um pouco, poderíamos dizer que dificilmente, hoje, uma análise de qualquer dos aspectos da vida social vai prescindir da referência aos meios de comunicação e aos fluxos de informação.

Sendo assim, vamos constatar então que toda a reflexão contemporânea (dentro do campo das ciências sociais) desenvolve estudos da comunicação – e pode ser incluída no elenco das teorias da comunicação? Mas então, qual é a especificidade dessa área?

Esse objeto, supostamente simples e objetivo, na verdade é por demais amplo – e não pode ser tomado propriamente como um objeto de estudo definidor de uma área, mas como um aspecto central, uma característica e uma dimensão da sociedade contemporânea. Essa dimensão da vida social, ao ser tratada pelas várias disciplinas, não demarca o terreno particular de uma única.

Se, por um lado, podemos criticar a amplitude e falta de especificidade desse objeto, pode-se também fazer-lhe a crítica oposta: ao ater-se aos meios privilegiando-se a dimensão técnica e o papel do suporte, essa escolha, por outro lado, é restritiva. Fechar o objeto da comunicação no campo das mídias é uma operação redutora, ao excluir as inúmeras práticas comunicativas que edificam e marcam a vida social – e não passam pelo terreno das mediações tecnológicas (por exemplo, o rumor, as relações de vizinhança e suas formas comunicativas, os teatros ou encenações urbanas – entre outras).

Em contraponto a tais críticas (ou limites), mas também por fundar-se em outros pressupostos teóricos, uma outra perspectiva recorta e aponta como objeto da Teoria da Comunicação os processos comunicativos – processos de produção e circulação de informações. Trata-se aqui, igualmente (ou até mais), de um objeto de grande amplitude, que pode ser encontrado em todas as dimensões do mundo biológico, social,

e mesmo do mundo físico. Baseado neste recorte é também difícil achar a especificidade da comunicação – pois estudos os mais diversos podem reivindicar seu pertencimento à área.

Um recorte dentro deste recorte, buscando refinar o objeto, vai circunscrever e ater-se aos processos humanos e sociais de produção, circulação e interpretação de sentidos, fundados no simbólico e na linguagem. Ainda assim, é um recorte por demais amplo, e que pode se confundir com o estudo das relações sociais - necessariamente fundadas no terreno da cultura, dos sentidos.

Com objetos tão includentes, onde tudo cabe, não ressentiria então a área de comunicação de um objeto específico? Dito de outra maneira: esta definição da comunicação, desdobrada em tantos objetos do mundo (alcançando uma correspondência tão ampla no empírico), pode ser tomada como um campo de conhecimento? Teria a comunicação, enquanto campo de saber, um objeto próprio?

Ouso dizer que o problema com o objeto da comunicação é que sua definição vem sempre por demais apoiada ou referenciada no empírico – e “objetos de conhecimento” não equivalem às coisas do mundo, mas são antes formas de conhecê-las; são perspectivas de leitura, são construções do próprio conhecimento.

São essas perspectivas que dão o recorte, indicam a especificidade. Não importa o quão abundantes, espalhadas e permeadas em outras atividades sejam determinadas práticas que chamamos “comunicativas”. A especificidade vem do olhar, ou do viés, que permite vê-las e analisá-las enquanto comunicação, isto é, na sua natureza comunicativa.

A interdisciplinaridade

Os problemas vividos pela área da comunicação são explicados – mas também por vezes camuflados – pelo debate sobre sua natureza interdisciplinar. “Disciplinas” são domínios de conhecimento já consolidados, são campos científicos que já estabeleceram um tradição. Estudos ou campos interdisciplinares referem-se à emergência de novas temáticas que começam a ser estudadas a partir do referencial das áreas já constituídas.

Alguns autores têm buscado distinguir “interdisciplinaridade” e “transdisciplinaridade”. A primeira refere-se a determinados temas ou objetos da realidade que são apreendidos e tratados por diferentes ciências. Não acontece aí um deslocamento ou uma alteração no referencial teórico das disciplinas (eles não são “afetados” pelo objeto); é o objeto que “sofre” diferentes olhares.

A transdisciplinaridade, por sua vez, compreenderia um movimento diferente: uma determinada questão ou problema suscita a contribuição de diferentes disciplinas, mas essas contribuições são deslocadas de seu campo de origem e se entrecruzam num outro lugar – em um novo lugar. São esses deslocamentos e entrecruzamentos, é esse transporte teórico que provoca uma iluminação e uma outra configuração da questão tratada. É esse tratamento híbrido, distinto, que constitui o novo objeto.

Os estudos da comunicação claramente se originaram do aporte de diversas disciplinas; as práticas comunicativas suscitaram o olhar – e se transformaram em objeto de estudo das várias ciências. Sua natureza interdisciplinar, fundada no cruzamento de diferentes contribuições, é indiscutível.

Não se trata – ou tem pouca relevância para a discussão que estamos empreendendo – de entrar num debate quanto à interdisciplinaridade ou transdisciplinaridade. Mais importante é, aproveitando a distinção apontada acima, perguntarmo-nos como vêm se dando essas contribuições; se as várias ciências se debruçam sobre os fenômenos comunicativos e constroem leituras específicas e paralelas, trazendo o objeto para seu próprio lugar; ou se há um deslocamento, se o instrumental teórico-metodológico das várias disciplinas se vêem modificados pelo objeto e pelas interseções estabelecidas.

Proliferam hoje os estudos comunicativos, baseados em distintas filiações teóricas, vindas de diferentes lugares. O objeto, ou partes do objeto comunicativo são recortados e tratados conforme as perspectivas escolhidas. Se a diversidade de olhares é fecunda, pergunto-me, fazendo uma revisão dos múltiplos trabalhos desenvolvidos e da literatura disponível, se são todos *da* comunicação - marcados por uma perspectiva que é da comunicação - ou se são estudos sociológicos, políticos, linguísticos *sobre* a comunicação; se o objeto comunicativo marca a confluência de inúmeras contribuições – ou se se vê retalhado e distribuído entre as várias disciplinas.

Frente a tal diversidade de olhares e apreensões, a uma abertura tão geral, devemos observar se o rótulo da interdisciplinaridade não estaria estimulando ou camuflando a falta de diálogo e de interseção das contribuições – resultando na falta de especificidade de nosso objeto.

A interdisciplinaridade (e/ou transdisciplinaridade) é um estado transitório – falamos de um trabalho ou estudo interdisciplinar, que é pontual, datado; também, em alguns momentos, de um campo interdisciplinar, sobre uma temática que atrai várias contribuições. Mas se este é duradouro, se o intercâmbio das tendências começa a criar frutos, se a troca começa a deitar raízes e criar tradições, ela deixa seu estado interdisciplinar e dá origem a uma nova disciplina.

Qual é a situação da comunicação? Depois de um século de estudos, constituímos ainda uma área “interdisciplinar”? A comunicação permanece um lugar de entrecruzamento de diferentes perspectivas e tradições? Ainda não deitou raízes nem começou a consolidar sua própria tradição?

As correntes de estudo

A resposta a este questão demandaria uma revisão e uma análise criteriosa do nosso patrimônio de estudos – do “estoque” de correntes e tendências que compõem o que chamamos Teoria da Comunicação. Tal esforço ultrapassa os limites e pretensões deste texto - e significaria um portentoso trabalho de pesquisa.

De forma mais modesta, e apenas para trazer um outro aspecto dentro desse percurso que orienta a presente reflexão, procurarei traçar um rápido panorama dos estudos e correntes da comunicação².

Autores e livros que tratam das teorias da comunicação impreterivelmente iniciam a apresentação desse panorama com a chamada “Escola Americana” – estudos que tiveram início na década de 30, nos Estados Unidos, voltados para a análise das

² A propósito do panorama dos estudos sobre a comunicação, ver: CASASUS, J.M. *Ideologia y analisis de medios de comunicación*. Barcelona: Dopesa, 1979; MATTELART, A. e MATTELART, M. *Penser les médias*. Paris: La Découverte, 1986; MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999; MCQUAIL, D. *Introducción a la teoria de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1985; MORAGAS SPA, M. *Teorias de la comunicación*. Barcelona: G. Gili, 1981; RÜDIGER, F. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicon, 1998; SCHRAMM, Wilbur et al.

funções e dos efeitos dos então chamados “meios de comunicação de massas”. Estes estudos se inscrevem notadamente nos marcos da sociologia (funcionalista) e psicologia social (de orientação behaviorista).

Presença obrigatória é também a Escola de Frankfurt, ou Teoria Crítica – um grupo de autores (filósofos) alemães que, dos anos 30 a 60, desenvolveram importantes trabalhos no campo da estética e crítica da cultura. A bem da verdade, a contribuição (ou a apropriação) dessa tradição para a comunicação está centrada basicamente em um texto (e um conceito) – que é o ensaio de T. Adorno e M. Horkheimer sobre a Indústria Cultural. Um autor periférico à Escola (associado ao grupo, embora não se inscreva nos marcos da Teoria Crítica), que vem sendo cada vez mais recuperado pelos estudiosos da comunicação, é W. Benjamin (sobretudo seu ensaio sobre a obra de arte na era da reprodução técnica).

Outros autores e correntes têm sua inserção mais pontual ou episódica. Duas tendências americanas também da primeira metade do século XX – a Escola de Chicago e o interacionismo simbólico - voltadas para as interações cotidianas, para as cenas urbanas, vêm sendo recuperadas nos últimos tempos enquanto contribuições pertinentes para os estudos da comunicação. São tradições inscritas no campo da sociologia e psicologia social que, mais ocupadas com as relações e formas comunicativas interpessoais, se mantiveram por muito tempo apartadas da pesquisa sobre práticas midiáticas e só muito recentemente vêm sendo incorporadas a esse domínio.

Na tradição francesa, autores ligados à perspectiva estruturalista (e dentre os quais se destaca R. Barthes) se tornaram referências significativas para os pesquisadores da comunicação no terreno de uma semiologia da cultura, da análise dos discursos. Na análise da cultura de massa é necessário resgatar também a significativa contribuição de Edgar Morin.

Ainda no campo da estética, semiologia e cultura de massa, sobressai na Itália notadamente a vasta produção intelectual de U. Eco. Pesquisadores italianos também se ocuparam das políticas de comunicação.

Na década de 70, estudiosos latino-americanos desenvolveram uma perspectiva conceitual própria, desdobrada em duas vertentes: o imperialismo cultural e a

comunicação comunitária (ou horizontal). Tais estudos tiveram uma época de grande efervescência e influência, mas hoje encontram-se praticamente esquecidos. Atualmente são os estudos de recepção que ganham um lugar de destaque no campo da pesquisa latino-americana sobre a comunicação.

Aliás a ênfase na recepção, que teve aqui um desenvolvimento próprio, foi bastante marcada por uma importante corrente – de grande destaque na atualidade – que são os estudos culturais ingleses. Os estudos culturais (vinculados à Escola de Birmingham) tiveram início por volta da década de 60, e se desdobraram em duas direções: análise do papel dos meios de comunicação (sobretudo a televisão) enquanto lugares de produção da cultura contemporânea; análise da audiência, dos contextos de recepção (marcados pelas relações familiares, de gênero etc).

Nos Estados Unidos, o estudo dos efeitos dos meios se vê renovado em novas tendências, como a teoria dos usos e gratificações, a hipótese da “agenda setting”. Referenciais da antropologia são recuperados na análise dos processos de produção (tendência conhecida como “newsmaking”, e que se desenvolve voltada particularmente para o jornalismo).

Um outro tópico presente no panorama dos estudos, com ênfase variável ao longo dos tempos, é a questão da técnica, dos meio ou suportes da comunicação. Um autor pioneiro (além da contribuição vanguardista de W. Benjamin, no ensaio já mencionado) foi McLuhan e seu sugestivo insight: “o meio é a mensagem”, ainda nos anos 60. A temática da tecnologia da comunicação é central nos dias de hoje, e aqui as contribuições e autores são numerosos.

A sistematização das temáticas e tendências contemporâneas é difícil – temos assistido a uma verdadeira explosão de estudos, que se abrem em diversas direções. Além das tendências já citadas, podemos arrolar, mesmo que de forma apenas pontual, várias outras: a discussão da pós-modernidade teve seus ecos no domínio da comunicação; hoje a ênfase central é na globalização e multiculturalismo. Também há uma recuperação crescente de autores que tratam da subjetividade, intersubjetividade, cotidiano, experiência, produção social do sentido. Herdeiro da Teoria Crítica, J. Habermas vem desenvolvendo uma contribuição singular e consistente sobre ação comunicativa, esfera pública. Estudos sobre linguagem, discurso e sentido se fazem

cada vez mais presentes na reflexão sobre a comunicação; as influências e o referencial da semiótica ganham crescente importância.

Enfim, não apenas o leque é extenso, complexo, diversificado – mas, mesmo retratado assim sumariamente, permite uma observação curiosa: se as primeiras referências (as mais antigas) são mais consensuais e até mesmo mais específicas, mais centradas na intervenção e características dos meios de comunicação, as últimas, o panorama atual, longe de indicar um maior direcionamento, um maior afunilamento da área, abre-se cada vez mais.

O final do século XX e o limiar do novo século foi/está sendo marcado por profundas convulsões nos sistemas de pensamento; o próprio modelo da ciência se encontra abalado. Busca-se o pensamento complexo; os leitões disciplinares mostram-se estreitos – a transdisciplinaridade não diz respeito apenas à comunicação, mas à prática científica contemporânea como um todo.

Neste contexto, não é de se espantar – e é absolutamente salutar – que a comunicação seja tocada pelos debates atuais, e traga para seu campo de reflexão as referências teóricas e os autores que mais têm instigado e ajudado a pensar a realidade contemporânea.

Mas aí, de novo, a questão incômoda: grande parte das temáticas e autores que arrolamos não propriamente como “da comunicação”, mas como referências importantes que nos ajudam a pensar a comunicação - e compõem, portanto, o corpo conceitual, o estoque de conhecimentos que chamamos Teorias da Comunicação – tanto são as nossas referências, como o são de todo o quadro das ciências sociais. Surgem mais uma vez as perguntas: qual é nossa especificidade? Quem são nossos autores? Quais são nossos conceitos?

Os paradigmas

É absolutamente saudável e enriquecedor a abertura assumida e mantida ainda hoje por nós, pesquisadores da comunicação, para buscar e assimilar as contribuições advindas das várias áreas de conhecimento – Filosofia, Sociologia, Psicologia, Linguística, Semiótica, Antropologia, Educação, Ciências da Informação, e até de campos mais distantes, como a Física ou a Biologia. O fato de que nossa área não se

feche, mas esteja atenta e busque incorporar as diferentes reflexões que pontuam o pensamento atual é fonte de permanente vitalidade. Assim, a reivindicação ou preocupação com nossa especificidade não significa e não pode ser tomada como uma atitude de fechamento, um movimento de criar fronteiras e se tornar impermeável às influências dos debates atuais: qualquer iniciativa nesta direção viria representar uma postura retrógrada, imobilizadora – avessa ao espírito de nossa época, que chama aos transbordamentos, às confluências, à mistura, à hibridação.

Nesse aspecto, aliás, o campo da comunicação se encontra numa situação privilegiada face a outras áreas, já consolidadas, com uma tradição a preservar, e que, em razão disto, se movem com mais dificuldade, se mostram mais fechadas, mais rígidas, menos porosas. A comunicação, com sua falta de tradição, nascida de uma dinâmica interdisciplinar, terreno transdisciplinar, representa muito bem a atmosfera atual, que estimula a diluição dos feudos, das demarcações rígidas de terreno, e chama os cruzamentos.

Mas esse movimento de transgressão das fronteiras disciplinares não anula a existência de diferentes perspectivas; não significa que todos falam do mesmo lugar e a mesma coisa; não implica a pasteurização das análises – todas as áreas produzindo as mesmas leituras. Significa, ao contrário, a proliferação dos “pontos de vista” (lugares de onde se vê e se analisa a realidade); a possibilidade de que as mesmas coisas sofram muitas e variadas leituras.

É aqui que a comunicação surge – como uma dessas perspectivas, um desses “pontos de vista”. É com esta compreensão que retomo a discussão empreendida por este texto, sobre o objeto da comunicação e a preocupação com nossa especificidade. O lugar da comunicação permite/apresenta um olhar próprio? Uma outra compreensão, uma nova contribuição que vai se somar às demais? Ou nós, pesquisadores da comunicação, apenas recolhemos e repetimos as análises feitas nas outras áreas? Ou antes, não existe esse “lugar”, essa “perspectiva da comunicação”, mas apenas, como indicam alguns, o objeto empírico – os meios de comunicação, ou a mídia – analisada pelo olhar das muitas disciplinas existentes (e dentro das quais nos colocamos)?

Os avanços já alcançados ao longo do século XX, resultado da confluência de contribuições e dos esforços analítico empreendido em torno das práticas comunicativas,

nos indicam claramente as possibilidades do viés comunicacional. Os dois movimentos – os diálogos interdisciplinares e a construção do lugar próprio – não são incompatíveis, mas complementares.

O problema apontado anteriormente (a falta de especificidade) não está, portanto, nesta permanente irrigação, mas na necessidade de melhor construção do “lugar” da comunicação. As influências podem e devem vir numerosas; mas é preciso organizar sua absorção em função de um problema específico, de uma questão própria – que é a própria comunicação. Trata-se, em outras palavras, do modelo comunicativo, do paradigma da área. Retomando a discussão inicial, quando falamos comunicação, estamos falando de quê? Olhando o quê? Qual é o nosso paradigma?

A palavra paradigma vem sendo muito dita atualmente, e sua aplicação indiscriminada dilui o seu conteúdo. Ela é usada de forma genérica para falar de um modelo teórico, e com frequência é tomada como sinônimo de teoria. Assim, fala-se no paradigma da indústria cultural, paradigma dos estudos culturais, paradigma das mediações. Pergunta-se a um pesquisador ou sobre um estudo: “qual é seu paradigma?”, para saber das referências teóricas utilizadas.

Ora, paradigma não é bem isto. Se as teorias compreendem sistematizações de conhecimentos, um corpo organizado de idéias, o paradigma refere-se a uma estrutura anterior, subjacente, matricial – é o esquema organizador das teorias. O paradigma direciona a apreensão e o tratamento das teorias; ele é definidor das perguntas a serem respondidas. O paradigma conduz o processo de conhecimento, ordenando a iluminação trazida pelas teorias. Quando usamos o conceito de indústria cultural, por exemplo, ou de mediações culturais, ou do fluxo em duas etapas, eles não são nossos paradigmas – são conceitos, referências teóricas que foram escolhidas e se mostraram pertinentes para aquela análise justamente em função do paradigma utilizado. Assim, quando falamos de paradigma da comunicação, não estamos nos referindo propriamente às teorias acionadas, mas ao esquema cognitivo que nos conduz e nos instrui a ver uma coisa e não outra. Nossos estudos podem nos falar sobre a cultura (pelo olhar da antropologia), sobre as relações (pelo viés sociológico), sobre os discursos produzidos (como feito pela linguística) – ou sobre a comunicação, que dialoga com as demais perspectivas, nas não é a mesma coisa.

O problema da nossa área – o problema do objeto da comunicação – é que ela tem sido muito pouco atenta àquilo que lhe é peculiar. Trabalhando com muitos aportes, os estudos respondem e analisam muitos aspectos, iluminados pelas teorias escolhidas mas, com frequência, conduzidos por essas teorias, tratam de elementos presentes no processo comunicativo e deixam de responder e apreender a comunicação.

Mauro Wolf³, de forma muito apropriada, chamou a atenção para isto: os estudos sobre a comunicação se utilizam de teorias sociais elaboradas, mas trabalham com um modelo comunicativo simplista e simplificador, que é o paradigma informacional. Ao lado desse modelo praticamente hegemônico ele identifica e acrescenta ainda dois outros – o semiótico-informacional e o semiótico-textual.

O paradigma informacional entende a comunicação como um processo de transmissão de mensagens de um emissor para um receptor, provocando determinados efeitos. Não é necessário repetir aqui as numerosas críticas que já lhe foram feitas (unilateralidade, mecanicismo), mas tão somente chamar a atenção para um aspecto: o movimento analítico por ele provocado segue duas direções básicas. Primeiramente, pautado na naturalidade e evidência da lógica transmissiva, as análises vão se ocupar dos seus resultados: uma dada mensagem foi ou não bem transmitida, provocou que tipo de efeitos. Um segundo caminho, dado que o processo é tomado mecanicamente, e cada um de seus elementos tem seu papel fixo, definido previamente, é estudá-los separadamente: estuda-se a lógica da produção, dos emissores; a característica dos meios (natureza técnica, modos operatórios); as mensagens (conteúdos); a posição e atitude dos receptores. Diferentes teorias e métodos (buscados na sociologia, política, psicologia social) são acionados para falar de cada um - faz-se uma sociologia dos emissores, uma análise político-ideológica das mensagens e assim por diante.

O modelo semiótico-informacional acrescenta ao primeiro a compreensão da natureza semiótica das mensagens: mais do que um material inerte transportado, as mensagens são unidades de sentido. Essa compreensão provoca um movimento analítico centrado nas estruturas de significação das mensagens. Este tipo de estudo evoca particularmente a contribuição das ciências da linguagem.

³ WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995. 4ª ed.

O modelo semiótico-textual quebra o caráter unitário das mensagens, e procura lê-las na sua intertextualidade – desenvolvendo uma semiótica da cultura. Aqui, a presença e o papel dos sujeitos sociais, mesmo o trabalho de produção e recepção, são negligenciados em função da ênfase na dimensão simbólica e sentidos produzidos.

Ao lado desses três modelos apontados por Wolf, podemos acrescentar também o modelo dialógico, que distingue a comunicação (em contraposição à relação informativa) a partir da bilateralidade do processo, da igualdade de condições e funções estabelecidas entre os interlocutores. Nesse modelo a ênfase é toda centrada na natureza da relação entre os dois pólos, apagando ou desconhecendo os demais aspectos do processo (inclusive a natureza das mensagens e os sentidos produzidos).

Não são muitos mais que esses os paradigmas disponíveis, e sua fragilidade e/ou simplificação são responsáveis pela falta de especificidade dos estudos da área: partindo de um lugar com poucas perguntas, os estudos caminham um pouco à deriva, respondendo e se ancorando mais no instrumental e nas questões colocadas pelas demais áreas afins.

O percurso e a breve revisão desenvolvidos por este texto tiveram uma finalidade: chamar a atenção e advogar a necessidade de um paradigma mais consistente e complexo para consolidar a área da comunicação. Inúmeras reflexões contemporâneas, assim como o resgate de trabalhos e autores mais antigos não apenas atestam – pelo seu alcance – a insuficiência do paradigma clássico (emissor / receptor), como trazem os elementos e abrem os caminhos que indicam uma outra forma de tratar a comunicação:

- um processo de troca, ação partilhada, prática concreta, interação – e não apenas um processo de transmissão de mensagens;
- atenção à presença de interlocutores, à intervenção de sujeitos sociais desempenhando papéis, envolvidos em processos de produção e interpretação de sentidos – mais do que simples emissores e receptores;
- identificação dos discursos, formas simbólicas que trazem as marcas de sua produção, dos sujeitos envolvidos, de seu contexto – e não exatamente mensagens;

- apreensão de processos produzidos situacionalmente, manifestações singulares da prática discursiva e do panorama sócio-cultural de uma sociedade - em lugar do recorte de situações isoladas.

Em suma, a comunicação compreende um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos.

Poderíamos perguntar o que há de novo nessa configuração, já que, de certa maneira, os mesmo “ingredientes” ou elementos estão aí presentes ... Sim, de forma bruta, são os mesmos elementos – mas vistos e dispostos diferentemente. A novidade e riqueza é que esta outra descrição do processo comunicativo – esta concepção, este esquema teórico de apreensão – busca resgatar a circularidade e globalidade do processo, a interrelação entre os elementos que, por sua vez, se constituem, ganham uma nova existência no quadro relacional estabelecido. A especificidade do olhar da comunicação é alcançar a interseção de três dinâmicas básicas: o quadro relacional (relação dos interlocutores); a produção de sentidos (as práticas discursivas); a situação sócio-cultural (o contexto).

Trata-se portanto, o processo comunicativo, de algo vivo, dinâmico, instituidor – instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura.

É promovendo essa interseção que o viés comunicacional se coloca e se legitima como de fato um outro “ponto de vista” (ponto de onde se vê); um lugar frutífero para analisar e compreender a realidade em que vivemos.

Os recortes empíricos possíveis são múltiplos – praticamente infinitos no quadro das situações sociais existentes. Naturalmente eles não se apresentam com a mesma pertinência para os nossos estudos. Sem dúvida, hoje, a potencialidade das novas tecnologias da comunicação, seu papel e centralidade na dinâmica da vida social contemporânea colocam o campo dos mídias como um objeto empírico privilegiado.

Mas não podemos dizer que são os únicos, ou excluir do campo de estudos da comunicação práticas mais restritas ou pontuais.

A noção de comunicação, de processo comunicativo deve ser suficientemente sólida e articulada de forma a poder ser aplicada e permitir a análise das mais diferentes situações: a cobertura jornalística de um evento; as estratégias eleitorais de um político; a política interna de comunicação de uma pequena empresa; uma campanha publicitária de cunho social; a performance alcançada pelos membros de um ritual religioso; a relação comunicativa entre médico e paciente, e assim por diante.

Mas deve ser suficientemente específica, direcionada, para nos permitir identificar nessas diferentes situações um mesmo processo básico, fundador. Uma dinâmica que, ao realizar-se, converte-se no próprio fulcro da vida social.

É este *alcance* – permitindo-nos analisar situações tão diferenciadas - e este *olhar especializado* – possibilitando-nos achar um denominador comum em todas essas situações - que caracterizam o nosso saber e fazem do viés da comunicação um lugar de conhecimento.

Para terminar, e à guisa de ilustração, relato um pequeno episódio, uma conversa que tive com um colega, a respeito de um debate promovido por uma emissora de televisão sobre erotismo na mídia (a proliferação das bundas na tv). Para esse debate foram convidados um médico, um psicólogo, um advogado, um sociólogo. Comentávamos a ausência de alguém da área da comunicação, indagando: mas ele teria alguma coisa a dizer, além do que os especialistas convidados já estariam dizendo? O papel do especialista em comunicação não seria exatamente promover o debate, ou seja, fazer dialogar esses vários lugares?

Ao fazer estas perguntas, nos demos conta de que elas estavam assentadas em duas falácias. A primeira delas é supor que o nosso saber já está contido no saber dos especialistas convidados e que estes, por sua vez, se situam em terrenos tão demarcados (são dotados de um saber tão específico) que não se repetiriam. Não é verdade; também o saber que eles detêm é em grande medida compartilhado – só que traduzido de forma própria por cada um, ou de cada lugar. A segunda é que nosso saber é operacional; nosso papel é dispor as falas, promover o diálogo. Sem dúvida, é isto também, e com

grande mérito – mas é mais que isto. Para formar bem o profissional que promove esse debate, nós dispomos de um outro saber – que não é o do psicólogo, sobre as atitudes, o do sociólogo, sobre a cultura, o do advogado, sobre a ética e os direitos, o do médico, sobre o corpo. Nossa reflexão incide sobre esse momento fugaz em que a cultura, os valores, os desejos e as fragilidades que habitam a vida social e a existência concreta dos homens tomam formas, são recriados, modificados e, enquanto representações, são reapropriados, se convertem em modelos, retornam enquanto novas imagens, refletem nos comportamentos e nos corpos – e assim sucessivamente. O especialista da comunicação falaria sobre a natureza dos programas de tv enquanto parte do movimento da cultura e dos valores de nosso tempo; sobre o papel e a intervenção dos homens que produzem e que consomem tais produtos, tais imagens; sobre a dinâmica dessa produção de hoje – que não é totalitária, absoluta, homogênea, mas fragmentada, heterogênea, impura. E que, através de seus bons e maus produtos, está – com certeza - viva, e em permanente movimento.

