

Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino e Vera Veiga França
(organizadores)

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Conceitos, escolas e tendências

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Teorias da comunicação : conceitos, escolas e tendências
(organizadores) Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino,
Vera Veiga França. Petrópolis, RJ : Vozes, 2001.

ISBN 85.326.2615-7

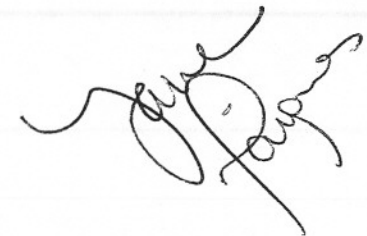
1. Comunicação I. Hohlfeldt, Antonio II. Martino,
Luiz C. III. França, Vera Veiga.

01.3139

CDD-302.2

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação : Teoria : Sociologia 302.2
2. Teoria da comunicação : Sociologia 302.2



 EDITORA
VOZES

Petrópolis
2001

1. DE QUAL COMUNICAÇÃO ESTAMOS FALANDO?

*Luiz C. Martino**

Antes de entrarmos nos problemas relativos à definição da comunicação é importante destacar que não se trata de achar a verdade ou eleger um único sentido em detrimento dos vários usos do termo. Afinal não temos nenhuma razão para negar outras tantas acepções válidas. Ao tentarmos definir um uso para o termo comunicação, o que está em questão é nos colocarmos de acordo sobre o que falamos, e que por conseguinte nos interessa estudar. Trata-se então de falar de uma mesma coisa e não de se estabelecer a verdade derradeira sobre o que é comunicação. Neste sentido, estando de acordo com este ponto inicial, coloquemos a questão:

O que é comunicação? Eis aí uma pergunta embaraçosa. E por muitas razões. Primeiramente porque não se pode ignorar ou reivindicar o desconhecimento do que vem a ser a comunicação sem deixar de comprometer a coerência de nossa inserção como profissionais ou pesquisadores do campo da comunicação. Afinal, se não sabemos o que é comunicação, o que fazemos então?

Admitir um tal desconhecimento seria embaraçoso também no que se refere à finalidade às quais nos propomos enquanto escritor e leitor, mestre e aluno. Como não saber o

* Professor da UNB.

que é comunicação, se é através dela, pelo seu exercício, que se desenvolve atividades como o ensino ou o confronto de idéias. O que nos coloca em uma situação delicada, já que é somente através da comunicação, e com a finalidade de transmitir e submetê-la a outros, que se apresenta aqui para nós a tarefa de definir a comunicação.

De outra parte, a resposta que espontaneamente vem a nosso espírito é a situação de diálogo, onde duas pessoas (emissor-receptor) conversam, isto é, trocam idéias, informações ou mensagens. É isto que, sem dúvida, mais prontamente entendemos como comunicação. Entretanto, se solicitado, estaríamos prontos a admitir que o fenômeno não se restringe exclusivamente ao envolvimento entre duas pessoas. Sem maiores problemas, aceitamos a idéia de que os animais se comunicam, bem como a comunicação realizada entre aparelhos técnicos (dois computadores ligados por *modem*, por exemplo); mas também outros sentidos são igualmente admitidos como legítimos, tais como a comunicação visual ou por gestos, e ainda a comunicação de massa... Diversidade que certamente nos leva para muito longe daquela situação inicial, descrita pelo diálogo. Com efeito, a comunicação visual e por gestos dispensam as palavras. E, de outra parte, a comunicação animal, assim como aquela efetuada pelas máquinas, dispensam a intervenção de pessoas; inversamente ao que acontece na comunicação de massa onde elas abundam e extrapolam o quadro de uma relação bipolar, direta e imediata que caracteriza o tipo de comunicação do diálogo.

Diante disso, podemos dizer que definir a comunicação é uma tarefa muito fácil, que se complica bastante se nos afastarmos de nossa idéia intuitiva. O que parece inevitável a partir do momento em que voltamos nossa atenção para o tema.

1. Etimologia do termo

O termo comunicação vem do latim *communicatio*, do qual distinguimos três elementos: uma raiz *munis*, que signi-

fica “estar encarregado de”, que acrescido do prefixo *co*, o qual expressa simultaneidade, reunião, temos a idéia de uma “atividade realizada conjuntamente”, completada pela terminação *tio*, que por sua vez reforça a idéia de atividade. E, efetivamente, foi este o seu primeiro significado no vocabulário religioso aonde o termo aparece pela primeira vez.

No universo do cristianismo antigo, onde a vida eclesiástica era marcada pela contemplação e isolamento, considerada na época como uma condição para conhecer Deus, duas tendências interpretavam este isolamento de maneira diferente: os “anacoretas” e os “cenobitas”. Os primeiros cultivavam a solidão mais radical e viviam de forma completamente individual; ao contrário destes últimos, que optaram por uma vida em comunidade, os conventos ou mosteiros, também conhecidos por cenóbios (do grego *koinóbion*), “lugar onde se vive em comum”. No mosteiro aparecerá uma prática que recebeu o nome de *communicatio*, que é o ato de “tomar a refeição da noite em comum”, cuja peculiaridade evidentemente não recai sobre a banalidade do ato de “comer”, mas de fazê-lo “juntamente com outros”, reunindo então aqueles que se encontravam isolados. A originalidade dessa prática fica por conta dessa idéia de “romper o isolamento”, e nisto reside a diferença entre a *communicatio* eclesiástica e o simples jantar da comunidade primitiva. Não se trata pois de relações sociais que naturalmente os homens desenvolvem, mas de uma certa prática, cuja novidade é dada pelo pano de fundo do isolamento. Daí a necessidade de se forjar uma nova palavra, para exprimir a novidade dessa nova prática.

Alguns sentidos importantes se encontram implicados nesse sentido original: 1) o termo comunicação não designa todo e qualquer tipo de relação, mas aquela onde haja elementos que se destacam de um fundo de isolamento; 2) a intenção de romper o isolamento; 3) a idéia de uma realização em comum.

Deve-se distinguir comunicação de dois outros termos. O primeiro é “participação”, no sentido platônico. Para esta tradição filosófica, “participação” expressa a relação dos seres sensíveis com as Idéias: as folhas das árvores e a esmeralda participam do Verde, da Idéia de verde. Todavia comunicar não é “ter algo em comum” no sentido de ter algumas características ou propriedades semelhantes, o termo não se refere à essência ou aos atributos das coisas. Assim, a constatação de que duas coisas tenham as mesmas propriedades não é suficiente para caracterizar uma relação comunicativa. Não é porque as folhas das árvores são verdes e a esmeralda também é verde, que elas se comunicam. E, por outro lado, comunicar não é “ter algo em comum”, apenas por ser membro de uma mesma comunidade. Não se trata de comungar alguma prática, fazer alguma coisa juntamente com outras pessoas, uma espécie de “ação ou hábito coletivo”. Como vimos, no próprio sentido etimológico do termo já aparece a comunicação como o produto de um encontro social, a comunicação designa um processo bem delimitado no tempo, mas ela não se confunde com a convivialidade.

Desse modo, pode-se dizer que o termo comunicação não se aplica nem às propriedades ou ao modo de ser das coisas, nem exprime uma ação que reúne os membros de uma comunidade. Ele não designa nem o ser, nem a ação sobre a matéria, tampouco a práxis social, mas um tipo de relação intencional exercida sobre outrem.

Enfim, o significado de comunicação também pode ser expresso na simples decomposição do termo comum + ação, de onde o significado “ação em comum”, desde que se tenha em conta que o “algo em comum” refere-se a um mesmo objeto de consciência e não a coisas materiais, ou à propriedade de coisas materiais. A “ação” realizada não é sobre a matéria, mas sobre outrem, justamente aquela cuja intenção é realizar o ato de duas (ou mais) consciências com objetos comuns.

Portanto, em sua acepção mais fundamental, o termo “comunicação” refere-se ao processo de compartilhar um mes-

mo objeto de consciência, ele exprime a relação entre consciências.

2. O que dizem os dicionários?

Os dicionários justamente confirmam e contribuem para esta dispersão do sentido. E não se poderia esperar outra coisa, já que para eles cabe a missão de recolher e inventariar os sentidos em uso por uma certa comunidade lingüística. Dentre as definições mais correntes, podem ser encontradas as seguintes significações:

1. Fato de comunicar, de estabelecer uma relação com alguém, com alguma coisa ou entre coisas;
2. Transmissão de signos através de um código (natural ou convencional);
3. Capacidade ou processo de troca de pensamentos, sentimentos, idéias ou informações através da fala, gestos, imagens, seja de forma direta ou através de meios técnicos;
4. Ação de utilizar meios tecnológicos (comunicação telefônica);
5. A mensagem, informação (a coisa que se comunica: anúncio, novidade, informação, aviso... “*tenho uma comunicação para você*”, “*apresentar uma comunicação em um congresso*”);
6. Comunicação de espaços (passagem de um lugar a outro), circulação, transporte de coisas: “*vias de comunicação – artérias, estradas, vias fluviais*”;
7. Disciplina, saber, ciência ou grupo de ciências.

Todas estas significações, com exceção das substantivações (sentidos 5, 6, 7), as quais examinaremos em seguida, estão de acordo com a etimologia do termo. Assim, *compar-*

tilhar, transmitir, anunciar, trocar, reunir, ligar (pôr em contato), são expressões, variantes ou usos figurados de um sentido primordial e mais geral que exprime “relação”.

Informação, mensagem

Sobre o sentido n. 5, isto é, sobre a classificação da mensagem enquanto comunicação, é preciso esclarecer algumas coisas.

Uma mensagem ou informação não é comunicação senão de modo relativo. Primeiramente, ela é comunicação em relação àqueles que podem tomá-la enquanto tal, isto é, não como coisa, mas como da ordem do simbólico. Tome-se a página de um livro, por exemplo. Para um animal, ou para uma pessoa analfabeta ou que não conheça o idioma utilizado (código), a página não é senão uma coisa, um objeto, não chegando absolutamente a se constituir enquanto mensagem. Não se pode confundir a mensagem com o papel ou com a tinta. Ambos permanecem no nível empírico, no nível da materialidade das coisas e não das palavras (nível simbólico). Neste sentido são chamados de *suporte* (material) e como tais são apenas condições (imprescindíveis mas não suficientes) para a comunicação; trata-se de componentes dos meios, contudo não são exatamente meios de comunicação, já que por si sós não comunicam (o papel, por exemplo, tem vários empregos, sua utilização como suporte de comunicação é apenas um desses empregos). Para que a página de um livro se transforme em mensagem é preciso reunir tanto a atividade do leitor, quanto o produto da atividade do escritor. Conseqüentemente, um livro na estante não é comunicação, senão a partir do momento dessa interação. Digo relação.

E, deixemos bem claro isso, a substantivação do processo de comunicação que encontramos no termo mensagem não dispensa o sentido original (“relação”) do termo comunicação, mas o coloca em um plano bastante diferente, já que um livro na estante é potencialmente comunicação. Isto é, pode se tornar comunicação a partir do momento que for lido.

A informação é uma comunicação que pode ser ativada a qualquer momento, desde que outra consciência (ou aquela mesma que codificou a mensagem) venha resgatar, quer dizer, ler, ouvir, assistir... enfim decodificar ou interpretar aqueles traços materiais de forma a reconstituir a mensagem. Em outras palavras, a informação é o rastro que uma consciência deixa sobre um suporte material de modo que uma outra consciência pode resgatar, recuperar, então simular, o estado em que se encontrava a primeira consciência. O termo informação se refere à parte propriamente material, ou melhor, se refere à organização dos traços materiais por uma consciência, enquanto que o termo comunicação exprime a totalidade do processo que coloca em relação duas (ou mais) consciências.

Em seu sentido etimológico, “informar” significa “dar forma a”. Mas o que exatamente está sendo “formatado”? De um lado, a matéria, bem certo, pois trata-se de elaborar traços materiais. Quando escrevo deixo marcas de tinta sobre o papel; em uma emissão radiofônica se produzem vibrações com certa frequência, ondas sonoras tendo o ar como suporte; em uma emissão de televisão, a tela serve de suporte para os pontos luminosos que compõem a imagem, etc. Toda informação pressupõe um suporte, certos traços materiais (tinta, ondas sonoras, pontos luminosos...) e um código com o qual é elaborada a informação.

Código que nada mais é que uma organização desses traços materiais, justamente o princípio a partir do qual os traços materiais serão dispostos, arranjados, sobre o suporte, e portanto tornando-se uma informação. Podemos dizer, então, que num primeiro momento é a matéria mesma que é “informada”, que recebe certas características formais, mas o processo estaria incompleto se não admitíssemos um outro plano de “formatação”, pois a forma na matéria deve corresponder a certas reações no psiquismo do receptor, quer dizer, os traços materiais que dão existência à informação devem possibilitar reações no psiquismo ou na consciência do re-

ceptor, de tal forma que ele possa compreender a organização dos traços materiais como uma mensagem.

Mais precisamente, os traços materiais permitem que o receptor possa reagir, em seu psiquismo, de uma forma similar àquela do psiquismo do emissor, ou seja, através dos traços materiais organizados a partir de um certo código, portanto da informação, a consciência do receptor passa a ter um objeto de consciência semelhante ao do emissor. Através da informação chega-se a ter algo em comum, um mesmo objeto de consciência. Por conseguinte, a informação pode ser considerada como uma parte do processo de comunicação, ou como sinônimo desse processo.

Alguns autores reservam o termo "informação" para designar o conteúdo desse processo, deixando o termo comunicação para expressar a relação (entre pessoas, consciências). O certo é que não temos comunicação sem informação, e, por outro lado, não temos informação senão em vista da possibilidade dela se tornar comunicação. Enfim, se a identificarmos com o plano material do processo, pode-se dizer que uma informação é comunicação em *potencial*, se levarmos em conta a sua capacidade de ser estocada, armazenada (codificada) e reconvertida num segundo momento (decodificada).

Vias de comunicação: artérias, estradas

O sentido número 6 também merece um comentário à parte. Ele nos traz um sentido bastante concreto do sentido original do termo comunicação. Nesta acepção o termo comunicação se aproxima bastante dos significados de "transporte", e, mais precisamente, "transporte de coisas". Daí sua estreita correlação com a atividade econômica (circulação de bens) e o comércio. Ligação que não está de todo superada, já que hoje em dia as escolas de marketing e de publicidade se integram às escolas de comunicação.

Diga-se, aliás, que não por acaso os antigos gregos reuniam em uma única entidade o deus Hermes, os atributos da comu-

nicação (poder de falar e convencer, persuadir) e os do comércio. Hermes é o mensageiro dos deuses e aquele que zela pelas estradas e viajantes, bem como o patrono dos oradores, escritores e mercadores. Transporte de mercadorias e falar bem eram vistas como atividades correlatas, uma vez que não bastava simplesmente transportar as mercadorias, pois era preciso negociá-las com outros povos, os quais é preciso saber encontrar, abordar (contactar), persuadir. Comunicação e transporte vêm-se assim originariamente associadas na atividade do comércio.

Para além do interesse semântico, este sentido pode revestir-se de um interesse antropológico. A necessidade de ir ao encontro do estranho, estrangeiro, diferente (alteridade) para tentar entendê-los, pode ser um indício, através do desenvolvimento de uma instituição social (o comércio) do que talvez tenha sido a primeira tomada de consciência da separação entre uma prática natural e espontânea e uma atividade consciente e racional (pois orientada para fins) de gerar comunicação. É plausível que a comunicação tenha ganhado visibilidade neste momento onde deixa de ser uma prática social imediata e constitutiva da consciência humana ou das relações interpessoais, para se tornar um exercício coletivo enquanto estratégia de poder. É, pois, no contraste cultural e no impulso de superar as diferenças que a comunicação se torna visível e supera os entorpecimentos das relações comunitárias. Nós somente nos damos conta de nosso idioma entrando em contato com o de outros.

3. Disciplina, saber, ciência ou grupo de ciências

Por fim, o sentido número 7 refere-se não a uma prática ou processo, mas a um determinado saber (seja ele científico ou não). Este tópico será discutido mais adiante, pois ele constitui a matéria de outro capítulo. Entretanto, percebe-se que o processo comunicativo deve ser o objeto desse saber e que a importância da comunicação para a vida humana é tão signi-

ficativa que praticamente não existe ciência humana que possa prescindir de seu estudo. Toda a dificuldade reside, então, na possibilidade de encontrar uma esfera de atuação que seja exclusiva ou particular à Comunicação, entendida como um saber autônomo, um saber diferenciado e que portanto não seja uma simples repetição de outros saberes. Dito de outro modo, a Comunicação é um saber, uma ciência, ou simplesmente o termo designa uma série de saberes que se debruçam sobre certa “matéria” que lhes é comum, o processo de comunicação, a partir de seus métodos e interesses particulares?

Efetivamente, muitos pesquisadores empregam o termo “Ciências da comunicação”, no plural, e consideraram a Comunicação não como uma disciplina, mas como uma síntese de saberes diversos. Mais à frente reencontraremos este problema para o analisar de forma mais detalhada, o que nos dará a oportunidade de avaliar as implicações dessa posição.

Conclusão

A consulta e análise das significações do dicionário nos dá uma amostra da polissemia do termo “comunicação”. Os reflexos dessa polissemia no estudo da comunicação é o que passaremos a examinar em seguida.

4. Polissemia

A diversidade da comunicação faz com que o campo de estudo coincida, num primeiro momento, com o próprio estudo do Ser, o que nos leva a refletir sobre um campo de extensão máxima. Servindo-nos de uma classificação rudimentar, três grandes domínios da comunicação se apresentam:

- Seres brutos;
- Seres orgânicos;
- Homem.

Sendo que a comunicação neste último domínio, a comunicação humana, pode ser tomada a partir de três pontos de vista:

- Homem => – Com o mundo
- Com o outro
- Consigo mesmo

Os fenômenos comunicativos concernem a todos estes macrodomínios e nossa primeira tarefa consiste em apontar os distintos sentidos do termo comunicação para cada um deles.

Pode-se dizer que é no âmbito do reino dos Seres brutos que a comunicação assume sua acepção mais geral, justamente aquela indicada em sua etimologia: comunicação é relação. Sentido que aliás atravessa todos os demais domínios, que não fazem outra coisa que complexificar esta fórmula original.

Mas o que seria a comunicação nesta esfera dos Seres brutos? Podemos avançar e precisar um pouco mais o sentido de comunicação para este domínio, indicando que o termo assume o sentido de “transmissão”. Por exemplo, as trocas de calor ou de forças podem ser usadas como sinônimo de comunicação: uma bola de bilhar comunica sua força a uma outra bola que reage conforme as “instruções” da primeira. Todos os sistemas de troca de forças ou de energia podem ser descritos como processos comunicativos: emissor (1ª bola), receptor (2ª bola), mensagem (força/calor) e efeito (deslocamento/dilatação). Temos aí, por analogia, todos os elementos que tradicionalmente são utilizados na descrição do processo da comunicação humana. Por conseguinte, o mundo dos Seres brutos poderia ser descrito como um grande diálogo a partir do agenciamento da matéria individualizada, ou da mecânica dos corpos físicos. Percebe-se que uma descrição a partir da óptica da Química não altera de forma significativa o sentido de comunicação aqui presente:

trata-se de um tipo de “relação” que podemos precisar como Ação/Reação.

O domínio dos Seres orgânicos, por sua vez, guarda os sentidos precedentes. Contudo, o ser vivo interpõe o organismo entre a ação e a reação, alterando assim a dinâmica do processo. Neste domínio, sob pena de perder de vista sua especificidade, as Reações não podem mais ser descritas como processos mecânicos visto que o organismo, em sua idiosincrasia, seleciona as respostas. Isto é, retarda, adia, suprime e diversifica as respostas, de modo que ao invés de uma relação binária ponto a ponto do esquema Ação/Reação, passa-se a uma gama de respostas possíveis. Por outro lado, a Ação de um ser vivo também deve ser analisada a partir de um processo seletivo muito mais complexo que o mecanicismo das relações inorgânicas. O organismo não reage a “qualquer coisa”, mas àqueles estímulos que ele identifica enquanto tal. Por exemplo, a fêmea de uma certa espécie não constitui um estímulo sexual senão para o macho correspondente e para nenhum outro. Um estímulo é uma entidade relativa, não existe no mundo, mas apenas e em relação ao indivíduo que interpreta. Em suma, a natureza mecânica dá lugar a processos que primam pela interpretação e pela seleção. A comunicação entre dois animais não é fundamentalmente diferente desta que ocorre entre o organismo e seu meio.

O sentido de comunicação aqui presente guarda o sentido original de “relação”, como também aquele de Ação/Reação que expressava o sentido de comunicação para os seres inorgânicos, porém no caso dos Seres vivos este sentido ainda pode e deve ser precisado como Estímulo-Organismo-Resposta (E-O-R), já que se trata de compreender o papel mediador que o organismo desempenha entre a Ação e a Reação, bem como a relatividade desses termos. Notar-se-á que a passagem de um macrodomínio para outro não caracteriza uma ruptura, mas uma complexificação do sentido original do termo comunicação.

Por fim, no que concerne ao domínio propriamente humano, a comunicação assume sua forma simbólica que, para além da descrição anterior, implica na intervenção bastante complexa da cultura no processo seletivo.

E, quando passamos a falar de cultura, temos que estar atentos para o fato de estarmos trabalhando um conceito que já implica um processo de comunicação: a cultura implica a transmissão de um patrimônio através das gerações. Observação que também é válida no que diz respeito aos próprios elementos que se encontram em relação, pois a noção de homem é essencialmente da ordem do simbólico, em oposição à noção de “animal homem”, que remete apenas para o ser biológico. Mas afirmar o homem como um ser simbólico é afirmar um ser que somente se deixa apreender nas relações que estabelece com seus semelhantes. Em outras palavras, o ser humano é um ser da comunicação: *consigo* (subjetividade) e com o *mundo*, ambos entendidos como o produto da comunicação com *outrem*, pois assim como a subjetividade não é um dado natural, as coisas não se apresentam ao ser humano de forma direta, mas são construídas graças à mediação do desejo, conhecimento e reconhecimento de outrem.

Distintamente dos outros macrodomínios, onde o termo comunicação exprime a relação entre elementos substantivados, não podemos representar os elementos que expressam a comunicação humana senão através de relações, ou, mais exatamente, através de processos comunicativos. Tanto no domínio da matéria, como no domínio dos seres vivos, o termo comunicação designa a relação que se dá entre elementos que guardam uma certa substancialidade: trata-se de processos entre corpos materiais ou entre organismos. Já no caso humano, nós não temos senão relações. Nós representamos a comunicação neste domínio pelo esquema Cs x Cs (relação de consciências). Para este domínio, comunicar tem o sentido de tornar similar e simultânea as afecções presentes em duas ou mais consciências. Comunicar é simular a consciência de outrem, tornar comum (participar) um mesmo objeto mental (sensação, pensamento, desejo, afeto).

Pois bem, vimos que a polissemia do termo comunicação pode ser expressa e analisada através de uma taxionomia. Esta revela um sentido particular para cada domínio, todos derivados de seu sentido original: “pôr em relação”. Mas nosso interesse vai além de uma classificação, já que se trata aqui de delimitar o campo de estudos de uma área específica do conhecimento. Portanto, sem querer questionar a legitimidade do uso da palavra para os outros domínios, é evidente que apenas o sentido humano de comunicação pode servir aos propósitos que nos norteiam.

Esta restrição preliminar, ainda que muito genérica, tem pelo menos o mérito de fazer com que nos entendamos sobre aquilo do qual estamos falando, usando o termo para falar de uma mesma coisa.

Dessa forma, a definição de comunicação enquanto Ação/Reação pode servir a disciplinas como a Física, interessada na descrição de sistemas de relações cinéticas ou de forças mecânicas. A definição de comunicação enquanto E-O-R serve a ciências como a Psicologia behaviorista, a Etologia e todas aquelas interessadas na descrição do comportamento objetivo dos seres vivos. Entretanto, apesar de guardar o sentido que nos interessa, a definição de comunicação como relação de consciências (Cs x Cs) se aplica ao campo da Filosofia e indistintamente ao das Ciências do Homem (Humanas e Sociais) como um todo. O que revela as limitações de uma tentativa de definição do campo e do objeto de estudo da disciplina Comunicação unicamente através de uma análise formal.

A classificação acima nos serve para marcar os vários sentidos do termo comunicação e para uma primeira aproximação importante em relação à precisão do sentido que nos interessa. No entanto, quando nos fixamos no sentido humano de relação com outrem, aparece uma série de novas possibilidades de compreensão do termo, de modo que praticamente o conjunto das disciplinas das Ciências Humanas se encontram implicadas.

Em outros termos, mesmo tendo restringido o sentido de “comunicação” às relações entre os seres humanos, isto não é suficiente para demarcar um domínio específico de estudo, o qual corresponderia a uma disciplina particular denominada “Comunicação”. Isto somente será possível levando-se em conta as diferenças de abordagem em relação ao fenômeno humano da comunicação. Por conseguinte, o sentido de comunicação que buscamos deve ser procurado a partir de uma análise das disciplinas que estudam o processo de comunicação. Cabe, então, empreendermos um segundo passo, procurando agora neste domínio específico das humanidades, com a finalidade de encontrar o lugar da comunicação em relação aos outros saberes constituídos. O que será feito em um capítulo à parte.

2. INTERDISCIPLINARIDADE E OBJETO DE ESTUDO DA COMUNICAÇÃO

Luiz C. Martino*

Marcado pela sucessão de modelos epistemológicos, o século XX assistiu o nascimento de várias disciplinas científicas. Um panorama do desenvolvimento das Ciências Humanas, mesmo superficial, já seria suficiente para nos revelar a notória importância que adquiriram os saberes organizados em torno dos processos comunicativos. Da profunda influência proporcionada pelo aparecimento da Sociologia, fazendo com que as Ciências Humanas incorporassem uma análise do social à célebre afirmação do *"inconsciente estruturado como linguagem"*, é o conjunto dessas ciências, e mesmo a Filosofia, que vêm, num curto espaço de tempo, seu centro de gravidade se deslocar para a problemática da comunicação.

Paralelamente a este deslocamento nós assistimos ao aparecimento de um novo saber especializado, e, mais do que um saber, uma nova disciplina científica, cujo objeto seria os processos de comunicação. Ora, sem desmerecer todo o trabalho acumulado nesta matéria, não se pode deixar de reconhecer, entretanto, que esta "jovem" ciência jamais conseguiu definir de maneira suficiente seu objeto de estudo, o

* Professor da UNB.

qual permanece tão vasto e diversificado quanto as problemáticas que compõem as ciências do homem.

Seria um engano primário achar que a natureza interdisciplinar de um certo estudo poderia dispensar este trabalho de definição de seu objeto. Pelo contrário, ela exige um esforço redobrado, na medida em que este objeto tende, como no caso da Comunicação, a se confundir com o objeto de outras ciências. Na realidade, a afirmação peremptória da natureza interdisciplinar da Comunicação é, em grande parte, o testemunho paradoxal tanto da sobrevivência quanto da suposta superação de um problema que estranhamente resta pouco abordado, senão intacto: o problema da definição do objeto de estudo dessa disciplina. Problema cuja verdadeira dimensão somente se revela à medida que se tem em conta a riqueza semântica da palavra “comunicação”, os diferentes universos que ela evoca, mas sobretudo o fato que os processos comunicativos atravessam praticamente toda a extensão das Ciências Humanas. Estes processos se identificam com a cultura, mas igualmente com grande parte da atividade psicológica, eles constituem a matéria da análise histórica e se sobrepõem a extensas zonas dos processos sociais. Em outras palavras, a natureza dos estudos em Ciências Humanas — que têm no homem, um ser essencialmente comunicativo, seu objeto comum — faz com que a análise dos processos comunicativos seja um ponto de passagem quase que obrigatório, o que dificulta a delimitação mais precisa do objeto da Comunicação, uma vez que ele se encontra misturado às análises de outras disciplinas. Wilbur Schramm, numa observação que soube resistir à usura do tempo, sintetizava esta dimensão do problema ao dizer que a Comunicação é uma espécie de encruzilhada pela qual muitos passam e onde poucos permanecem. Neste sentido, é preciso colocar seriamente o problema das relações da Comunicação com as outras disciplinas das Ciências Humanas, e perguntar, por exemplo, em que medida a análise do discurso não é obra do filólogo, do literato ou do lingüista? Em que medida a formação

da opinião pública e do conflito ideológico não pertencem ao domínio da Sociologia ou das Ciências Políticas e seus especialistas? Ou, em que medida o estudo do signo não é simplesmente o trabalho de uma psicologia geral ou de uma filosofia do conhecimento? Em outras palavras, qual a especificidade do trabalho daquele que estuda a Comunicação como disciplina autônoma?

A questão reside então na possibilidade de estabelecer a particularidade de um campo de análise de um saber que ora aparece como o fundamento das ciências do homem, ora aparece como uma síntese do produto dessas ciências. Em todo caso, o que se vê hoje em dia é a Comunicação passar diretamente do sentido filosófico para o sentido radicalmente interdisciplinar, sem espaço para a constituição de uma disciplina autônoma.

Ora, se a Comunicação pretende ser uma disciplina e postular um lugar ao lado de tantas outras, é preciso que ela seja mais que uma interseção passiva ou um simples efeito de diferentes orientações do saber. Trata-se então de pensar uma interdisciplinaridade que seja o fruto de uma exigência do próprio objeto, o que pressupõe a explicitação e a definição deste objeto.

O problema não é novo, sendo corrente a opinião de que uma visão retrospectiva dos estudos da área revelaria a oscilação do objeto da Comunicação entre os meios de comunicação e a cultura de massa. Ainda que em suas linhas gerais estes parâmetros permaneçam válidos, duas observações se impõem:

1) Primeiramente seria preciso rever mais atentamente o que realmente as grandes escolas chamam de meios de comunicação e de cultura de massa. O funcionalismo americano — ao qual se atribui inadvertidamente a análise dos meios de comunicação — está na verdade longe de ter um conceito na matéria. A fragmentação analítica do processo comunicativo (esquema de Lasswell) e sua busca dos efeitos da comu-

nicação de massa estabelecem um quadro de análise que acaba por condicionar o desenvolvimento das pesquisas de modo a não privilegiar o estudo dos meios de comunicação. Representado por diferentes tradições de pesquisa, os objetos historicamente privilegiados pelo funcionalismo são: a persuasão, o controle social, os usos e gratificações, os processos de produção da notícia... Não se encontrará aí nenhuma pesquisa conceptual ou teórica sobre o que é um meio de comunicação. O que representaria um erro primário e capital para uma empreitada que se pretende científica, caso perseverássemos em atribuir a esta escola um objeto que não é exatamente o seu. Restrito à observação da eficácia dos processos comunicativos, o funcionalismo americano negligencia a análise dos instrumentos tecnológicos envolvidos nesses processos, como negligencia também a análise da dimensão histórica da pertinência desses instrumentos, quer dizer, a análise do processo através do qual os meios de comunicação adquirem sua eficácia ao emergirem como elemento estruturante de uma sociedade historicamente dada.

De outra parte, à orientação sintética adotada pela Escola de Frankfurt – fortemente influenciada pelos conceitos marxistas (alienação, ideologia...), e talvez demasiadamente voltada a uma abordagem político-econômica dos processos de comunicação de massa – seria preciso integrar uma análise dos meios de comunicação no que toca sua eficácia enquanto tecnologias da inteligência, como faz Jack Goody, por exemplo – que, identificando a cultura com os processos comunicativos, vê nos meios de comunicação (e em outras tecnologias da inteligência) a possibilidade de fundamentar a problemática da cultura em uma base positiva –, pois é preciso que os estudos de Comunicação não percam os laços com os dispositivos tecnológicos na base do processo.

2) O que nos leva à nossa segunda observação, já que é evidente que a oposição entre meios de comunicação e cultura é um tanto artificial, devendo ser superada por uma análise que integre estes dois fatores. Não se trata, porém, de subsu-

mir um termo no outro, como é moda com o determinismo tecnológico (a técnica prevalece sobre a cultura), nem ao contrário de desintegrar o objeto da Comunicação numa metafísica da cultura (a cultura desencarnada de sua materialidade). Também não se pode perder de vista que o objeto aqui em questão não é todo e qualquer fenômeno comunicativo, mas apenas aqueles restritos à dimensão humana e mediados por dispositivos técnicos.

Os processos comunicativos no interior da cultura de massa constituem certamente o objeto da Comunicação, mas a característica inalienável, e portanto mais própria a esta disciplina, reside na perspectiva que ela adota, ou seja, na interpretação desses processos tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Trata-se de uma leitura do social realizada a partir dos meios de comunicação, o que equivale a dizer que meios de comunicação e cultura de massa não se opõem, nem podem ser reduzidos um ao outro, ao contrário, eles exigem uma relação de reciprocidade e complementação.

Em linhas gerais, isto já seria suficiente para caracterizar o objeto da Comunicação; não obstante, pode-se aprofundar a questão ao invocar-se uma outra dimensão do problema, aquela referente à sua pertinência. Ou seja, a dimensão onde se coloca a questão da própria necessidade de comunicar, necessidade correlata e subjacente a todo processo comunicativo. Distinguimos aí: 1) o problema filosófico da comunicação enquanto fundamento do homem; 2) o problema histórico da tomada de significação dos processos comunicativos a partir da emergência de um tipo de organização coletiva determinada.

Pode-se encontrar um bom exemplo do primeiro aspecto na obra do filósofo alemão Friedrich Nietzsche, ao avançar na tese de que a comunicação guarda uma estreita correlação com o aparecimento da consciência. Mais precisamente, a consciência em sua acepção propriamente humana nasce da necessidade de comunicar, de onde a afirmação de que “a

consciência é uma rede de comunicação entre os homens". Exprimindo o fenômeno humano em termos de uma manifestação comunicativa, Nietzsche consegue superar a dicotomia entre processos psicológicos e processos sociais ao revelar a sua gênese comum. Dicotomia típica dos atuais estudos de comunicação, que tendem a separar e tratar de maneira independente estes dois níveis do processo comunicativo. Além do mais, a formulação nietzscheana tem o mérito de indicar corretamente a natureza do processo comunicativo como um fenômeno de consciência, fenômeno simultaneamente coletivo e individual.

Já o segundo problema nos remete para a questão histórica das transformações nas estruturas coletivas. Sabe-se que a organização social sofreu profundas alterações por volta do século XVIII. Crises político-sociais, a Revolução Industrial, o aparecimento do mercado, a dissociação do poder estatal do poder do clero, a explosão demográfica, a emergência do indivíduo moderno... entre vários outros fatores, levaram os sociólogos a verem nestas transformações uma mudança de natureza das organizações coletivas. Eles saudaram a nova ordem social emergente como um novo tipo de organização coletiva (*Sociedade*), com características bastante singulares, em oposição ao tipo da antiga forma de organização (*Comunidade*). Dentre estas características emergentes destaquemos sobretudo o deslocamento do centro da vida social, indo do passado para o presente. Max Weber sintetiza muito bem a questão ao indicar a profunda alteração no modo de inserção do indivíduo na coletividade: já não são mais os laços de sangue ou os valores da tradição que determinarão a inserção do indivíduo na coletividade, mas trata-se agora de um problema que cada indivíduo tem diante de si, e que não pode ser resolvido sem levar em consideração a vontade racional de se inserir na coletividade. Dito de outro modo, os valores da tradição não podem mais garantir a inserção do indivíduo no espaço coletivo, pois este aqui ultrapassa o âmbito da simples Comunidade. De estrutura muito mais complexa, a organização em

forma de Sociedade pressupõe o convívio de uma multiplicidade de comunidades, que por vezes chegam a se recobrirem parcialmente, e cuja forma é dada, em grande parte, pela divisão social do trabalho e pelos grupos de afinidades, mas que não se restringe a este único aspecto. Trata-se de um aglomerado de comunidades mais ou menos efêmeras, que refletem, na realidade, as múltiplas associações circunstanciais que o indivíduo estabelece ao longo de suas relações com grupos locais (trabalho, vizinhança, escola, círculo de amizades...) no processo de formação de sua identidade. Desse modo, o indivíduo não tem seu vínculo coletivo, nem sua identidade, assegurados de antemão pela tradição, mas deve construí-los através de seu engajamento espontâneo na diversidade das formas coletivas de agrupamento.

Podemos então precisar o problema da necessidade de comunicação, no segundo sentido acima mencionado, observando que a forma de organização coletiva que dispomos hoje traz em seu bojo uma transformação radical no que concerne ao papel da comunicação dentro da estrutura coletiva: o processo comunicativo deixa de ser analisado em sua generalidade, não sendo mais tratado como o fundamento da consciência humana (quer em sua forma coletiva ou individual); ele passa a ser investido como estratégia racional de inserção do indivíduo na coletividade. Não se trata mais de abordar a comunicação como uma instância indissociável da vida em coletividade, razão pela qual permanecia implícita e invisível, portanto praticamente ausente enquanto tema problematizado pela história do pensamento.

Em relação à perspectiva filosófica, os processos comunicativos representam a possibilidade de estabelecer um quadro de referências para uma comparação do homem frente aos outros animais, possibilidade então de fundamentar a questão da especificidade (ou essência) humana em uma base não-metafísica. Mas assim colocada, presa à questão da especificidade humana, a problemática da comunicação apenas instrumentaliza uma problemática mais geral, não sendo

ela mesma o foco da questão. A comunicação, enquanto problema particular e como disciplina organizada, somente ganha autonomia quando de uma tomada de significação. Quando ela passa a ter o sentido de uma prática social que se exprime como estratégia racional de inserção do indivíduo na coletividade. Fenômeno correlato à emergência de uma forma de organização coletiva cuja dinâmica não se assenta sobre os valores da tradição, mas sobre o consumo do presente. Ou seja, uma organização social onde os atores sociais vivem de seus contatos imediatos, da renovação compulsiva dos laços coletivos. É somente uma tal forma de organização coletiva que pode criar para si uma instância chamada *atualidade*, a fim de exprimir o conjunto de uma realidade complexa, segmentada pela multiplicidade de agrupamentos (comunidades). É somente numa tal organização coletiva que os meios de comunicação passam a ter um papel relevante:

1) Seja no tocante à representação da totalidade social, fundando assim o incessante trabalho de atualização das relações coletivas no espaço virtual aberto pela atividade dos meios de comunicação. De onde a fórmula “espaço público complexo, ou espaço social igual a espaço virtual (medias);

2) Seja no tocante às estratégias de engajamento do indivíduo, que tem no meio de comunicação um auxílio imprescindível, um poderoso instrumento de sondagem de uma realidade que inevitavelmente escapa a seu aparato sensorial sujeito às limitações tempo/espaciais da experiência imediata: são os medias que alargam os horizontes da percepção corporal, sempre presa à territorialidade das relações comunitárias.

Em suma, é a partir da análise da Sociedade enquanto tipo de organização coletiva que podemos entender, de um lado, a necessidade de comunicação do indivíduo moderno em seu afã de engajamento coletivo; e, de outro lado, a presença notória e crescente que adquirem os meios de comunicação em nossa sociedade de massa, como parte importante no processo de instrumentalização da atividade individual face ao seu desafio de engajamento numa coletividade complexa.

Isto dito sobre o problema da caracterização do objeto da Comunicação, retomemos as questões colocadas no início deste breve artigo sobre o problema da interdisciplinaridade. Vimos que o principal obstáculo colocado à fundamentação de um saber comunicativo diz respeito à dificuldade do estabelecimento de “fronteiras” suficientemente precisas para fundar um objeto próprio à nossa disciplina (o que não quer dizer “rígidas” e nem “proibitivas”).

Ora, o processo comunicativo é, e sempre será, um processo essencialmente psicológico, sociológico, político... Assim colocado, o problema parece insolúvel. Mas do mesmo modo que a dimensão física está presente na dimensão biológica, que por sua vez se encontra presente na dimensão psicológica e esta na dimensão social, sem que isto venha a significar um empecilho ao estabelecimento de qualquer uma das ciências citadas, o estabelecimento da disciplina Comunicação não está inviabilizado, *a priori*, pela complexidade das relações disciplinares de seu objeto de estudo.

Afastada esta objeção preliminar, cabe então analisarmos as relações que se estabelecem entre os objetos dos diversos saberes quando as análises convergem sobre uma mesma matéria. E aqui, logo de saída, nos deparamos com a questão de saber até que ponto podemos dizer “a mesma matéria”, já que estes saberes não se debruçam sobre uma realidade empírica prévia, comum a todas as abordagens, mas que, em uma larga medida, constroem seus objetos de estudo a partir de aparatos conceituais adaptados a seus interesses ou objetivos específicos. Em última instância, são estes últimos que particularizam uma determinada área do conhecimento e, por conseguinte, a questão que se coloca é de saber se a disciplina Comunicação pode formular um objetivo específico.

Que a Psicologia possa tratar um tema coletivo e se tornar Psicologia Social, isto evidentemente não invalida esta pesquisa, nem compromete a autonomia dessa disciplina;

que a Antropologia se interesse por certos aspectos cognitivos, isto não é suficiente para a reduzir a uma psicologia; que a Lingüística trabalhe sobre uma base de natureza psicossocial não a invalida enquanto saber autônomo. A autonomia destas e de outras disciplinas resta preservada pelas perspectivas que elas abrem sobre um determinado “fato” (objeto empírico), que aliás ajudam a construir (objeto de estudo). Em outras palavras: a natureza interdisciplinar dos estudos de comunicação deve ser interpretada como o concurso de disciplinas independentes (Sociologia, Psicologia, Lingüística...), que guardam seus interesses específicos, ou como uma síntese desses saberes, fundando portanto um objetivo e um objeto particular? Não resta dúvida que somente esta última alternativa pode servir à implantação da Comunicação, se se trata realmente de falar de uma disciplina autônoma e não de um certo tema recorrente, comum a um certo número de disciplinas independentes.

Todo o problema reside então em se definir um interesse e um objeto que possam caracterizar os estudos de comunicação. Ora, se nossa análise da transformação social está correta (e em sua generalidade ela praticamente se mostra consensual), se a emergência de uma nova forma de organização coletiva (Sociedade) libera determinadas práticas sociais, particularmente a do uso de meios de comunicação como fator de socialização, revelando um novo sentido da comunicação coletiva, podemos então afirmar que a emergência mesmo de nossa disciplina surge da necessidade de compreender este novo sentido dos processos comunicativos e que ela tem nas novas práticas que envolvem o uso dos meios de comunicação o seu objeto de estudo.

Creio que a afirmação de que os estudos de comunicação gravitam em torno dos meios não deve causar muita polêmica, principalmente se não se vê aí os termos de uma oposição com a cultura de massa. Com efeito, diferente de outros elementos igualmente constantes na problemática, os meios de comunicação constituem o fator que melhor

pode caracterizar o objeto dos estudos em Comunicação. Por exemplo, o fator “ideologia”, bastante ressaltado pelas abordagens de influência marxista, é na verdade um objeto que caracteriza melhor as ciências políticas que propriamente a Comunicação. Outro exemplo, o “ato comunicativo”, no estrito senso, quer dizer, abstração feita de todo o contexto sócio-histórico, caracteriza melhor o objeto de uma Psicologia da linguagem, ou uma Psicologia dos processos simbólicos... Se não há dúvidas de que os meios de comunicação atravessam vários campos de saber, fica claro também que eles não constituem o objeto de nenhum saber em particular. Nenhuma dessas disciplinas se propõe a estudar os meios de comunicação à luz do novo sentido trazido pela nova forma de organização coletiva.

De outro lado, a temática dos meios de comunicação é a única suficientemente abrangente para servir de fio condutor, um verdadeiro fio de Ariadne, que permitiria ao pesquisador da comunicação atravessar os vários níveis de uma problemática complexa, utilizando-se de uma gama bastante variada de saberes, sem no entanto perder de vista a integridade de um objeto próprio.

Finalmente, à guisa de conclusão, deixemos indicados alguns problemas que se abrem para os estudos de comunicação assim definidos. O mais evidente deles vem da constatação de que não temos definições conceituais mais elaboradas sobre o que seria um meio de comunicação. Poucos recursos nos restam, se não se quer reafirmar a boa e velha definição – ainda corrente – dos meios de comunicação como “*aqueles instrumentos que servem para comunicar*”. Por outro lado, mesmo admitindo-se de maneira consensual que os meios são objetos técnicos, e não obstante toda a moda sobre as novas tecnologias, não temos estudos dedicados à tarefa de estabelecer a especificidade dos meios no universo dos objetos técnicos, como se uma televisão fosse igual a uma geladeira ou a todo e qualquer objeto técnico. Por conseguinte, é o próprio estatuto técnico dos meios de comuni-

cação que resta a ser estabelecido. Enfim, outra lacuna grave reside no fato de que os estudos de meios de comunicação (*medium theory*) constituem uma tradição de pesquisa muito pouco desenvolvida. Não é por acaso que ilustres estudiosos do assunto, tais como Mauro Wolf, Jensen e Rosengren e mesmo E. Katz em suas brilhantes análises, subestimam ou simplesmente negligenciam os estudos dos meios de comunicação em suas análises sobre a história e a clivagem do campo de estudo da Comunicação.

Referências bibliográficas

- JENSEN, Klaus Bruhn e ROSENGREN, Karl Erik. "Cinq traditions à la Recherche du Public", *Revue Hermès*, nº 11-12, número especial. Paris, CNRS Editions, 1993. Versão original: *European Journal of Communications*, Londres, SAGE, vol. 5, 1990.
- KATZ, E. "A propos des médias et de leurs effets", in SFEZ, L. (org.), *Technologies et symboliques de la communication*. Colloque de Ceresy 1988, Press Universitaire de Grenoble, 1990, p. 275-282. Tradução para o português de L.C. Martino, mecanografado, Brasília, 1999.
- MARTINO, Luiz C. "Elementos para uma Epistemologia da Comunicação", apresentado no V ALAIC, Congresso Latino-Americano de Investigadores da Comunicação, realizado na Universidad Diego Portales, em Santiago do Chile, abril de 2000.
- ROCHER, Guy. *Sociologia geral*. Lisboa, Editorial Presença, tomo 3, 1971.
- WEBER, Max. *Metodologia das ciências sociais*. Campinas/São Paulo, Cortez/Editora da Unicamp, 2ª edição, 2 volumes, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1995.

3. O OBJETO DA COMUNICAÇÃO/A COMUNICAÇÃO COMO OBJETO

Vera Veiga França*

1. O que é a comunicação?

Ao iniciarmos uma reflexão sobre a teoria (ou teorias) da comunicação, nossa primeira indagação refere-se ao seu objeto: afinal, teoria sobre o quê? O que quer dizer "comunicação"? Um campo científico (uma ciência, uma disciplina ou um determinado domínio do saber) se define antes de tudo pelo seu objeto. O objeto da comunicação, qual é?!

A resposta mais imediata à questão, trazida pela nossa vivência (ou senso comum), vai resgatar – ou apoiar-se – na sua dimensão empírica: trata-se de um objeto que está à nossa frente, disponível aos nossos sentidos, materializado em objetos e práticas que podemos ver, ouvir, tocar. A comunicação tem uma existência sensível; é do domínio do real, trata-se de um fato concreto de nosso cotidiano, dotada de uma presença quase exaustiva na sociedade contemporânea. Ela está aí, nas bancas de revista, na televisão da nossa casa, no rádio dos carros, nos *outdoors* da cidade, nas campanhas dos candidatos políticos e assim por diante. Se estendemos mais os exemplos (e também nosso critério de pertinência), vamos incluir nossas conversas cotidianas, as trocas simbólicas de toda ordem (da produção dos corpos às marcas de linguagem) que povoam nosso dia-a-dia.

* Professora da UFMG.