

AS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO COMO PROBLEMA

DANIEL BOUGNOUX *

Resumo

Hoje, tanto o sujeito da comunicação como a comunicação ela mesma são realidades problemáticas, dada a sua complexidade, simultaneamente técnica, económica, social e institucional. A nossa própria cultura, em regime de mudança acelerada, tornou-se também problemática. O texto apresentado interroga as condições de possibilidade das ciências da comunicação e da informação, neste contexto de complexidade, que se estende e envolve o sujeito da comunicação, a comunicação ela mesma e a cultura.

ABSTRACT

In our times, communication actors and communication itself are realities that raise questions, due to their technical, economic, social and institutional complexity. Working in a regime of rapid change, our culture has also become complex. This text questions the conditions in which communication and information sciences may exist, in this context of complexity, which stretches and encompasses communication actors, communication itself and culture.

A Comunicação é um saco-sem-fundo desencorajante: qual é a relação entre a campanha de um político e uma conversa amorosa? Entre o sistema dos Correios e a plumagem dos animais? Entre o lançamento de um satélite e o envio de um poema? Como é que estas questões podem constituir uma disciplina?

As nossas «Ciências da informação e da comunicação» serão uma miragem académica? Correspondem, apesar de tudo, a um ponto de vira-gem da nossa cultura, a novas ocupações, e ainda a uma procura pedagógica e social.

* Universidade Stendhal de Grenoble.

Mas o sujeito da comunicação, *l'homo communicans*, não é simples. Contrariamente ao Pensador de Rodin, perfeitamente nu, ele é, simultaneamente, técnico, económico, social e institucional; uma eventual «ciência da comunicação» ou um pensamento crítico neste domínio, deverá, portanto, incluir praticamente todas as disciplinas das ciências humanas.

Que viragem tomou a nossa cultura? Para contextualizar esta nova disciplina, é necessário precisar, hoje, *aquilo que está a mudar*:

- a rápida extensão dos nossos sistemas de informação: média, edição, sistemas educativos e culturais, guias científicos e técnicos relativos a um número crescente de actividades... nunca estivemos tão bem informados. Mas sabemos igualmente que demasiada informação mata a informação ou, pelo menos, o *sentido* desta. A questão importante passa a ser a delimitação informativa de cada um e a selecção que garante a *pertinência* (palavra-chave da pragmática);
- O recuo do religioso, quer dizer, do heterónimo, ou da gestão do grupo através do sagrado. Os homens estão cada vez mais *entre eles*, e têm de negociar as suas próprias regras: negociação, autonomia, expressão e valorização das suas próprias diferenças tornam-se imperativos-chave da comunicação moderna;
- O declínio do mundo rural é evidentemente determinante nesta evolução feita de mobilidade, de mistura social, de desprendimento... A urbanização e o comércio acompanharam as novas tecnologias. Pensemos, por exemplo, na escrita e na sua página de papel que reenvia etimologicamente para o antigo *pagus* do camponês latino, significando, portanto, o amanho das terras, noção completamente esquecida face aos modernos ecrãs. Lembremos igualmente que a cultura, que quer antes de mais dizer agricultura, é também ela indissociável da noção de vedação. Não há *cultura* sem *vedação*: esta aproximação permite hoje reflectir sobre os efeitos e os defeitos (danos) da mundialização, sem necessariamente se regressar aos anteriores limites;
- A extensão do mercado: Max Weber explicou a des-sacralização moderna, nomeadamente pelo triplo factor do mercado, da tecnociência e do estado burocrático. O comércio torna-se cada vez mais fluido, penetrando esferas reservadas ou, outrora, gratuitas. Mas é necessário produzir consumidores para estas produções avassaladoras, o que explica a extensão correlativa da publicidade, isto é, da engenharia do imaginário e do desejo, e também a multiplicação das relações públicas e dos serviços. A comunicação é aqui a sombra projectada ou o forro da esfera mercantil;
- O recuo da guerra: convencer substitui o vencer, pelo menos no nosso mundo ocidental e por agora, há uma gestão mais *soft* dos conflitos, que penetra as empresas, mas também as nações;

- A emergência de uma crise ecológica e planetária reforça a consciência das interacções, das consequências a longo prazo, dos colectivos e dos eco-sistemas que sustentam cada forma de vida e este prefixo eco está a tornar-se um problema ou um ponto de interrogação central para a nossa disciplina;
- A fragmentação dos saberes faz sonhar com uma nova enciclopédia, ou, pelo menos, com uma unidade, e no entanto três formas de cultura se distinguem e se opõem: a cultura científica, a cultura de massas e a tradicional cultura literário-filosófica ou das humanidades. Como reconciliá-las?
- Estas breves indicações traçam o desafio maior e o núcleo-duro dos nossos estudos. Podem eles contribuir para o que seriam *novas humanidades*? Ninguém consegue dominar as ciências da informação e da comunicação, nem ensiná-las sozinho e por isso há o costume de as designar por uma fórmula genérica ou plural, as «CIC» e de as qualificar de *interdisciplina*; se agora fosse necessário concretizar as suas diferentes tarefas, eu resumi-las-ia da seguinte maneira:
- Criticar o logocentrismo: a comunicação está sempre relacionada com uma orquestra semiótica, como sublinhou Bateson, na qual entram as linguagens do corpo, os indícios, os ícones, e a ordem simbólica, propriamente dita. Da foto ao vídeo e às novas tecnologias interactivas, a linguagem já não é o elemento por excelência de revelação da verdade. As nossas «CIC» põem em questão a excelência e a transcendência do verbo, tradicionalmente considerado «O interpretante universal», mas sujeito hoje à concorrência de outras semióticas; esta crítica do logocentrismo corresponde portanto a uma *deslocação semiótica*;
- Criticar o egocentrismo: a nossa tradição filosófica favoreceu durante muito tempo uma concepção individualista do conhecimento (o que explica os argumentos avançados por Peirce contra Descartes); as nossas «CIC» acompanham a *deslocação pragmática* que coloca o primado na relação, fundadora da identidade do sujeito, sobretudo e naquilo que diz respeito ao que se designa pela sua «razão», sempre relacional;
- Pensar o desenvolvimento do individualismo e da autonomia, quer dizer, a desagregação das solidariedades orgânicas e *holísticas* da família, da aldeia, da nação...As novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC), desde a invenção da escrita que favorecem a autonomia e seleccionam dispositivos individualistas (é evidente no que respeita aos usos do livro, do vídeo, do gravador de chamadas, do automóvel, da

bicicleta...). Estas sucessivas NITC tornam mais difícil o monopólio do sentido da mensagem pelo emissor, mais fácil a sua re-análise e a sua reapropriação privada por círculos cada vez mais amplos de receptores. Seria fácil mostrar, em particular, que o numérico é um poderoso factor de individualismo. *Auto* torna-se também um prefixo-chave e a designação de um importante problema para os nossos estudos;

- Produzir a razão como comunicação: contra o inatismo (platónico ou cartesiano), as nossas CIC descrevem a exterioridade da razão gráfica segundo Jack Goody, que reside nas redes socio-técnicas dos nossos instrumentos de conhecimento, classificação, administração...
- Avaliar os efeitos da técnica sem cair no discurso dos «apocalípticos» nem nos «integrados», para retomar a curiosa distinção proposta por Umberto Eco e, sobretudo: sem determinismo sumário; mas tentando compreender melhor aquilo que as técnicas produzem na nossa cultura ou nas nossas almas...
- Pensar a abertura informacional: o que é, concretamente, ser sensível à informação e como defini-la relativamente ao «fechamento» comunicacional? Nós propomos que se pense o par informação-comunicação como tipicamente «antagonista-complementar».
- Afrontar finalmente a interdependência e o espectro da mundialização, quer dizer, as transformações do espaço e do tempo, do próximo e do longínquo, do mesmo e do outro; o que é que passa a ser então o *universal* dos filósofos (em particular das Luzes) no momento desta abertura?

Vemos por esta enumeração que a comunicação plana sobre quase todos os saberes e que a sua procura surgirá dos sítios mais inesperados: por todo o lado onde o mundo técnico exija um «mais» de relação, de sedução ou...de controlo. Mas para compreender correctamente essa procura e responder-lhe, os «comunicantes» devem eles próprios distinguir entre uma acção técnica e uma acção pragmática, aquilo a que também chamamos o *agir comunicacional*, que escapa radicalmente à esfera técnica: é o homem agindo sobre as representações do homem através do subterfúgio dos sinais. Ora esta acção nunca é garantida; e o melhor critério de uma relação ou de um acção de comunicação é a sua incerteza.

(Tradução e título de CAROLINA LEITE)