

AS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO EM PORTUGAL

ADRIANO DUARTE RODRIGUES *

RESUMO

Traçar o panorama do ensino da Comunicação em Portugal é o propósito deste artigo. Para tal, problematiza-se o conceito de comunicação e as fronteiras delimitadoras da respectiva área disciplinar. Face a uma concepção mediática da comunicação, reduzida às técnicas de difusão à distância de mensagens e a uma perspectiva de comunicação meramente instrumental (a qual se traduz num ensino de natureza profissionalizante) e ainda face a uma concepção informativa da comunicação, entendida como a transmissão de um saber (confundindo-se a comunicação com a informatização), propõe-se antes uma concepção crítica da comunicação enquanto aquela que, tomando a linguagem como objecto autónomo do saber, deverá, de facto, ocupar o seu lugar na Universidade.

ABSTRACT

The goal of this article is to examine the state of university-level teaching of Communication in Portugal. In doing so, I will render both the concept of communication and the boundaries of this discipline problematic. Understandings of communication have often been too media-centred, instrumental and informational. This often results in degrees with an emphasis on professional training or on information technologies. In alternative, I advance a critical notion of communication which takes language as an independent object of study that ought to have a place in university teaching.

Não é fácil definir o ensino e a investigação em comunicação. Uma das principais dificuldades desta tarefa tem a ver com a impossibilidade de um entendimento consensual acerca da delimitação das fronteiras do próprio conceito de comunicação. Tal como já Santo Agostinho dizia acerca do

* Universidade Nova de Lisboa.

tempo, comunicação é uma daquelas palavras que todos pensamos saber o que é, mas, se nos perguntarem para dizermos em que consiste, não somos capazes de o fazer, ou, quando tentamos dizê-lo, é muito difícil conseguir obter uma posição consensual.

A razão da dificuldade de definir a comunicação decorre provavelmente da sua natureza. Por se tratar do próprio processo de constituição da nossa experiência, trata-se de uma realidade de tal modo naturalizada que escapa à nossa consciência, o que leva por isso a uma confusão do processo da comunicação com o próprio mundo experienciado.

Por facilidade de exposição, vou agrupar as diferentes maneiras de organizar o ensino da comunicação em Portugal, em torno de três concepções: a concepção mediática, a concepção informativa e a concepção crítica.

1. A concepção mediática da comunicação

No panorama do ensino da comunicação em Portugal, deparamo-nos com uma tendência muito generalizada para confundir a comunicação com as teletecnologias, com as técnicas de difusão à distância de mensagens, com aquilo a que se convencionou chamar os *media*.

Segundo esta concepção, o ensino da comunicação deveria ser um ensino destinado a transmitir os saberes técnicos de que os profissionais dessas técnicas precisam para poderem manipulá-las com sucesso. Também, segundo esta concepção, por sucesso entende-se um certo tipo de manipulação dos *media* que permita obter lucros às empresas que detêm a sua propriedade e a obtenção do lucro de uma empresa mediática mede-se fundamentalmente através do *share* das suas audiências, da posição alcançada no mercado dos *media*.

Esta concepção generalizou-se nos últimos anos, devido ao facto de as actividades profissionais mediáticas terem progressivamente vindo a adquirir autonomia e visibilidade crescentes no mundo contemporâneo. Os *media* alcançaram no mundo actual uma posição de tal supremacia que, em praticamente todos os domínios da experiência, a realidade passou a ser em grande parte definida em função da sua visibilidade mediática. Ter acesso aos *media* tornou-se assim praticamente condição indispensável de existência ou, pelo menos, de visibilidade pública. Deste facto decorrem duas consequências importantes. Por um lado, o espaço público tornou-se um domínio de competição, por todos os meios incluindo a violência, pelo acesso à publicitação mediática e, por outro lado, a exclusão do acesso aos *media* tornou-se a mais importante forma de exclusão do nosso tempo.

Não admira que a maior parte das instituições que criaram cursos de comunicação tenham tido como principal objectivo a formação de agentes da sua influência, de modo a tornarem visível e a autopromoverem as suas

ideologias ou os seus interesses junto da opinião pública. Em Portugal, apesar da diversidade das motivações, tem sido este o objectivo da proliferação incontrolável de cursos de comunicação. Enquanto algumas instituições têm sido motivadas pela esperança de que os novos cursos de comunicação assegurariam visibilidade mediática para as suas ideologias religiosas, outras foram motivadas pela procura de promoção para as suas opções partidárias. Mas todas esperam obter com a criação de cursos de comunicação lucros fáceis e rápidos que permitam rentabilizar os seus investimentos e satisfazer as ambições económicas das suas clientelas.

Estas motivações começaram por se manifestar nas instituições privadas, mas, a partir dos anos 90, com o aumento da concorrência e a diminuição da procura de alguns cursos de letras, alastraram às Universidades públicas, que começaram a ver, com a criação de cursos de comunicação, uma oportunidade para aumentarem o número dos seus alunos e, deste modo, assegurarem emprego aos seus professores, que corriam o risco de ficar sem carga lectiva.

Embora legítima, a concepção da comunicação subjacente a estes objectivos e a estas motivações não pode servir para definir o lugar da comunicação na Universidade, devido à sua natureza extremamente redutora. É uma visão que não é cientificamente fundamentada, mas legitimada apenas por interesses particulares ou corporativos. É uma perspectiva de comunicação meramente instrumental, que esquece ou subalterniza, entre outras coisas, todo um conjunto de outras dimensões da comunicação, de que destacaria as dimensões sociais, políticas, culturais, simbólicas.

O predomínio actual desta concepção instrumental da comunicação na sociedade portuguesa, que consiste em reduzi-la a uma actividade meramente mediática, deve-se provavelmente ao facto de se tratar de uma visão simplista e utilitária. É em grande medida o seu simplismo imediatista que faz com que os cursos de comunicação se contem entre os cursos superiores mais procurados pelos estudantes. Mas é também por isso que a área da comunicação é encarada com particular suspeita por parte dos colegas de outras áreas disciplinares.

Podemos por isso considerar que é de um equívoco extremamente pernicioso que a actual procura do ensino da comunicação se alimenta. Como vão longe os tempos que vivi quando, em 1979, me confrontei com toda a espécie de entraves, dentro e fora da Universidade, quando criei o primeiro curso de comunicação na Universidade portuguesa. Em pouco mais de 20 anos, passámos de oito para oitenta, de uma situação de extrema desconfiança para uma situação de abertura sem condições à criação de dezenas de cursos de comunicação. Como diz o ditado, não há fome que não dê fartura.

O predomínio da natureza instrumental da concepção da comunicação explica em grande medida a fraca problematização e o conseqüente redu-

zido número de projectos de investigação nesta área. É certo que têm surgido alguns excelentes trabalhos de investigação na área da comunicação nas nossas Universidades, mas trata-se sintomaticamente de trabalhos elaborados para a obtenção de graus académicos. Em geral, depois da obtenção do seu doutoramento, os jovens professores ficam depressa de tal modo absorvidos pelas exigências de um ensino de natureza profissionalizante que perdem a disponibilidade para continuarem a dedicar-se à elaboração de projectos científicos e à realização de trabalhos de investigação de maior fôlego. Esta é a meu ver a maior dificuldade com que hoje nos confrontamos em Portugal nos cursos de comunicação. Em vez de serem espaços de criação científica e de reavaliação crítica de conhecimentos, o ensino da comunicação tende a tornar-se mera reprodução de rotinas profissionais e de saberes importados de outras áreas disciplinares, revestidos retoricamente de fórmulas mais ou menos brilhantes de acordo com os modismos pedantes dos gurus do nosso meio cultural. Em vez do seu papel emancipador, os cursos de comunicação tornam-se assim alfobres de profissionais subservientes em relação ao poder mediático, dispostos a aceitar uma autêntica escravatura da mente a troco de lucros chorudos, comprados a preços de ouro, neste novo mercado do acondicionamento e do aliciaamento. Esta lógica não atinge apenas o mercado do emprego dos nossos alunos; debota hoje vergonhosamente sobre o próprio corpo docente dos cursos de comunicação onde um número cada vez mais significativo se dispõe cada vez mais à prestação de favores mediáticos mais ou menos imbecis a troco de estágios para os alunos, de projecção narcísica da sua imagem nos *media* ou de transferências bancárias para as suas contas ao fim do mês.

2. A concepção informativa da comunicação

Há também hoje em Portugal cursos de comunicação que são organizados de acordo com uma segunda concepção da comunicação, a concepção informativa. É uma concepção mais complexa, uma vez que o próprio conceito de informação também é ambíguo e adquire diferentes acepções.

2.1. A comunicação como transmissão de mensagens

A informação pode ser entendida como a transmissão de um saber por parte de alguém que o possui a alguém que é suposto não o possuir. Neste sentido, o ensino da comunicação confunde-se com a aprendizagem de processos que tornem as mensagens acessíveis e transparentes. Espera-se assim que a escola habilite técnicos de divulgação de mensagens, traduzindo-as em linguagem clara e acessível ao grande público.

Recordemos que foi esta concepção informativa da comunicação que esteve na origem dos ideais do iluminismo enciclopedista da modernidade e da progressiva autonomização do jornalismo enquanto instrumento de formação de uma opinião pública esclarecida. Embora persista ainda hoje no imaginário dos profissionais dos *media*, já não é este projecto iluminista que fundamenta os valores da informação. A transmissão da informação é cada vez mais mero pretexto económico, no quadro de uma informação cada vez mais legitimada pelos valores do mercado, pelas leis da oferta e da procura. Da concepção informativa da comunicação decorre por isso um ensino cada vez mais anacrónico.

Esta maneira de entender a comunicação como transmissão de um saber é redutora, uma vez que também ignora todo um conjunto muito mais amplo de funções da comunicação, de que salientaria o seu papel na constituição da sociabilidade. Não comunicamos necessariamente para transmitir um saber, mas para estabelecer, reforçar, quebrar e restabelecer laços com o mundo à nossa volta, com os outros e connosco próprios. São estas dimensões da comunicação que a concepção meramente informativa tende a esquecer. Podemos inclusivamente fazer a hipótese segundo a qual existem aspectos da informação que se opõem a outros aspectos da comunicação. Assim, por exemplo, não é a natureza informativa do «bom dia» que dirijo a um vizinho que constitui a sua função comunicacional de saudação. Ao dizer «bom dia» a um vizinho não estou a informá-lo do estado do tempo nem a transmitir-lhe qualquer saber que não saiba já; estou a saudá-lo e, deste modo, a alimentar os laços que nos unem, no seio de uma comunidade de vida comum.

2.2. *A comunicação como informatização*

Mas o conceito de informação adquiriu, ao longo do século XX, um outro sentido, o da conversão de signos analógicos em signos digitais, nos signos numéricos adequados ao seu tratamento pelos dispositivos artificiais da informação. Comunicação torna-se o processo de digitalização e de tratamento informático de mensagens de todo o género.

Para esta concepção, a área da comunicação tende, por conseguinte, a confundir-se com a área da engenharia informática e da electrónica. A comunicação converte-se assim num termo que, em função da sua conotação humanista, serve de legitimação social, de uma espécie de suplemento anímico, para a promoção e para a venda dos dispositivos informáticos e telemáticos. Esta perspectiva parte de um pressuposto ideológico particularmente generalizado no mundo actual, o de que a solução dos problemas e o aumento da comunicação depende do incremento dos dispositivos da informação. Esta concepção da comunicação reflecte, por conseguinte, uma

visão eminentemente determinista e mecanicista, o retorno a uma perspectiva mágica e feiticista da técnica.

2.3. Conclusão

As concepções mediática e informativa da comunicação, que acabei de referir, são ambas inaceitáveis por reduzirem o seu âmbito a um domínio meramente instrumental. Se a concepção mediática considera os estudos da comunicação como a mera aprendizagem das rotinas profissionais destinadas a promover ideologias, interesses financeiros ou interesses corporativos, a concepção informativa visa apenas fornecer instrumentos destinados ora à divulgação de saberes ora à manipulação dos dispositivos informáticos.

3. A concepção crítica de comunicação

Gostaria agora de definir a concepção de comunicação que, a meu ver, deverá definir o seu lugar na Universidade. À falta de melhor termo, designá-la-ei por concepção crítica, dando a este termo o sentido positivo que está associado à sua acepção etimológica originária.

Crítica vem do verbo grego *krinw*, separar, discernir, escolher. *Kriths* é o juiz, o árbitro; *kritikos*, como adjectivo, era atribuído àquele que é capaz de julgar, de discernir; *kritikos*, como nome, é o censor; *dunamis kritikh* é a faculdade de julgar. Mas é particularmente sugestivo o facto de os Gregos utilizarem, em medicina, a expressão *kritikai hmerai* para designar os dias críticos do doente, os dias em que o doente se debate na fronteira entre a doença e o restabelecimento ou entre a vida e a morte. O termo crítica partilha assim com o termo moderno o facto de ambos possuírem uma raiz que encontramos em termos de medicina. Recordo que é da raiz *mod-* de moderno que vêm os termos moderação, medicina, médico, medicamento. Associada a esta raiz está, segundo Benveniste, a ideia de contenção de um fluxo desregrado por onde a vida se esvai e que urge conter, travar a tempo. É a esta decisão de paragem de um fluxo desregrado que está associada a ideia do discernimento, da *crisis*. É precisamente esta atitude que está na origem da decisão de ruptura que se instala na fronteira entre a tradição e a modernidade.

A comunicação, entendida em sentido crítico, insere-se, por conseguinte, na sequência das viragens que configuram a emergência ou o aparecimento do saber moderno. Consiste no acesso do conjunto de saberes que faziam tradicionalmente parte da experiência espontânea, irreflectida e, nesta medida, desregrada, a um novo tipo de saber, ao saber reflectido e metodicamente conduzido, de acordo com o seu domínio racional.

A concepção crítica da comunicação corresponde, por isso, a um paradigma iluminista da experiência, na fase da modernidade avançada, da modernidade que decorre da viragem que fez emergir a linguagem como objecto autónomo de saber, como objecto de questionamento sistemático e metodicamente conduzido.

Não é portanto porque estamos num mundo dominado pelos dispositivos técnicos de comunicação que os estudos da comunicação têm lugar na Universidade. É antes porque a problemática comunicacional emerge com a modernidade tardia, com o surgimento da linguagem como objecto de questionamento no quadro das viragens que a configuram. Os estudos da comunicação decorrem, por um lado, da compreensão genealógica das viragens que constituíram a nossa modernidade e, por outro, da abordagem sistemática dos pressupostos metodológicos da viragem linguística que está hoje na origem da emergência da problemática comunicacional no mundo contemporâneo.

A luz desta concepção crítica da comunicação, vou agora tentar descrever algumas linhas de força que podem configurar os estudos da comunicação na Universidade.

4. O ensino dos *media* na Universidade

A concepção do ensino da comunicação depende obviamente da concepção de comunicação adoptada.

Se restringirmos a comunicação ao domínio mediático, considerando-a como difusão de mensagens através das teletecnologias, o seu ensino não é da responsabilidade nem da competência da Universidade. É ao ensino politécnico, especialmente criado para o ensino profissionalizante, ou às empresas, em função das suas estratégias promocionais e dos seus objectivos concorrenciais, que compete fornecer este tipo de formação profissional. Não me considero, por isso, com competência para me ocupar deste tipo de ensino. Não tenho nada contra um tipo de ensino da comunicação orientado para o seu aproveitamento instrumental, mas a Universidade tem por objectivo exigências científicas que não se coadunam com a visão redutora desta concepção da realidade.

Não pretendo, no entanto, dizer que pelo facto de não ter nada a ver com um tipo de ensino que reduz a comunicação à manipulação profissional dos *media*, o ensino universitário da comunicação deve alhear-se das questões comunicacionais suscitadas, no mundo actual, pelo desenvolvimento dos *media* e pela manipulação mediática da experiência.

Em que medida a actual manipulação mediática do mundo interessa à Universidade? Na medida em que os *media* criam e impõem novos quadros de sentido para a nossa experiência do mundo, em que os *media* interferem

na constituição da realidade, na formação da nossa experiência do mundo. Destes novos quadros do sentido, decorrem questões que têm a ver com o fundamento dos princípios éticos da moral e da justiça, que regulam os nossos comportamentos individuais e colectivos, com o fundamento da formação do gosto, que regulam a constituição dos valores estéticos. É para questões como estas que a Universidade está habilitada a equacionar, de modo a fornecer aos seus alunos os parâmetros teóricos e metodológicos disponíveis e mais adequados à sua abordagem e à sua solução.

Uma das principais funções da Universidade consiste em preservar a memória das continuidades e das rupturas que estiveram na origem das viragens do nosso tempo. Numa época marcada pela perda da memória, esta é uma das funções da Universidade que eu considero actualmente mais indispensáveis e mais urgentes. Muitos problemas que os recentes desenvolvimentos mediáticos colocam retomam e actualizam questões que remontam às origens da nossa cultura e que foram obtendo respostas que os estudos universitários da comunicação têm o dever inalienável de preservar, transmitir, actualizar e repensar.

É por isso cada vez mais necessário levar os alunos dos nossos cursos de comunicação a reler os textos clássicos que nos chegaram do passado e que nos permitem reconstituir uma espécie de arqueologia da problemática dos *media* e da comunicação. Só assim os nossos alunos poderão compreender em que medida a experiência contemporânea do mundo, tal como ela é hoje constituída pelos dispositivos mediáticos, é ao mesmo tempo uma continuidade e uma ruptura para com as questões fundamentais que os nossos antepassados colocavam. A este propósito, considero imprescindível levar os nossos alunos a uma leitura atenta dos mitos teogónicos relatados por Hesíodo, pela Bíblia e por Homero. É nesses documentos da Antiguidade que encontramos reflectidos os princípios ancestrais que irão orientar a evolução cultural e que, nessa medida, permanecem como quadros do sentido pressuposto pelas problemáticas comunicacionais dos nossos dias, pela maneira como formulamos hoje as questões suscitadas pelos *media*. Os próprios dispositivos mediáticos não são mais do que a realização técnica desses princípios que alimentaram a história da sua evolução. Considero a este propósito particularmente oportuna a leitura do *Fedro* e do *Crátilo*. Ao reflectir, no *Fedro*, sobre a ambivalência da invenção da escrita, Platão equaciona com uma actualidade impressionante as mesmas condições do actual desenvolvimento tecnológico. No *Crátilo*, podemos encontrar já o confronto entre as posições que hoje se confrontam acerca da linguagem, a crítica da sua natureza representativa e das possibilidades de manipulação retórica.

5. O contributo de algumas disciplinas fundamentais

Paralelamente à leitura destes documentos fundadores, os estudos de comunicação não podem prescindir dos contributos de algumas disciplinas fundamentais

A antropologia fornece aos estudos de comunicação a abordagem do processo de hominização, indispensável, por um lado, para situar o enraizamento corporal dos dispositivos mediáticos e, por outro lado, para compreender em que medida o processo de evolução técnica não é senão a actualização e a exteriorização artificiais das potencialidades originárias dos primeiros artefactos.

Mas é a reflexão filosófica que fornecerá os parâmetros fundamentais para equacionar as questões e para a maneira de formular os problemas que hoje se colocam na área da comunicação. Disse reflexão e não ensino escolástico da filosofia. Não se trata de facto de uma aprendizagem da história da filosofia, preocupada apenas em reproduzir os ensinamentos das escolas e dos pensadores do passado. Trata-se antes de ensinar as diferentes maneiras de pensar, levando os alunos a compreender como as questões actuais são herdeiras das questões e prolongam os pontos de vista dos pensadores do passado.

Uma das principais viragens que levaram à emergência dos estudos da comunicação é a constituição da linguagem como objecto de questionamento, viragem que ocorreu na sequência da própria problematização do fundamento da verdade, com a conseqüente tomada de consciência de que não é directa e imediatamente, mas na linguagem, que temos acesso ao mundo. O fim da crença ingénua na transparência da linguagem, com a conseqüente descoberta de que a verdade é o resultado dos processos de veridicção, está hoje na origem de um amplo domínio de interrogação, o domínio de que decorre precisamente a emergência da própria questão comunicacional. A sua exploração é hoje prosseguida através dos estudos da pragmática que se debruçam sobre a questão da referencialidade, dos actos de linguagem, dos processos inferenciais de constituição e de apreensão do sentido, da análise conversacional, da contextualização do discurso. De entre as obras que tomam a sério esta questão e fornecem indicações preciosas para a abordagem gostaria de lembrar *A Teoria do Agir Comunicacional*. É esta obra, em que Jürgen Habermas define pragmaticamente a comunicação, entendida como a construção em comum pelos interlocutores dos pressupostos de reconhecimento mútuo e de inteligibilidade enunciativa, indispensáveis para a averiguação quer da verdade cognitiva, quer da justeza normativa, quer da autenticidade avaliativa, quer da sinceridade expressiva dos discursos e das acções comuns, construindo assim aquilo a que podemos dar o nome de quadrilátero pragmático de que é formado o esquema arquitectónico do edifício comunicacional.

À sociologia, os estudos da comunicação vão buscar a interrogação sobre os problemas inerentes à sociabilidade. O efeito mais evidente da autonomia e da visibilidade alcançadas, nas últimas décadas, pelos dispositivos da informação mediática, com a conseqüente instrumentalização da comunicação, é o progressivo esquecimento dos problemas da comunicação inerentes à sociabilidade. É por isso particularmente importante levar os nossos alunos a uma releitura atenta do *Ensaio sobre a Dádiva*, obra fundamental em que Marcel Mauss mostra a natureza fundadora dos fenómenos sociais totais.

É sobre este pano de fundo que se colocam as questões suscitadas pela emergência e pela autonomização da questão comunicacional e do campo mediático, ao longo do processo da modernidade, com o conseqüente processo de fragmentação dos diferentes domínios e das diferentes instâncias da experiência. Eu próprio dediquei três livros à constituição e autonomização do campo mediático (*O Campo dos Media, Estratégias da Comunicação e Comunicação e Cultura*). É a esta luz que podemos hoje entender a emergência das novas identidades culturais e políticas, a globalização económica e cultural, com a conseqüente crise das identidades nacionais herdadas do passado. Estas novas realidades estão associadas ao funcionamento dos *media*, com a dialéctica da globalização e da localização, realidade para a qual alguns sociólogos forjaram o neologismo *glocalização*. Existe já felizmente um número considerável de trabalhos dedicados a esta questão central do nosso tempo. A título de exemplo, recordo aqui apenas as obras de Thompson e de Anthony Giddens.

6. Conclusão

À luz das considerações que acabo de fazer, apresento agora, em cinco pontos, a maneira como vejo a situação das ciências da comunicação na Universidade portuguesa:

1. A comunicação tem hoje um lugar indiscutível na Universidade, mas, na grande maioria das instituições universitárias portuguesas, não é em função deste lugar que os cursos de comunicação foram criados e são procurados pelos estudantes.
2. Na grande maioria das Universidades os melhores trabalhos sobre as questões específicas da comunicação não estão a ser realizados no quadro dos cursos de ciências da comunicação. São trabalhos realizados por filósofos, sociólogos, historiadores, linguistas que se ocupam da produção e da recepção do discurso.
3. O lugar da comunicação na Universidade só poderá vir a ser devidamente ocupado pelos cursos de comunicação quando estes cursos

passarem a preocupar-se seriamente com o estatuto, o quadro epistemológico, o paradigma científico, a natureza dos problemas, dos métodos de indagação racional e dos instrumentos de análise do objecto comunicacional.

4. Os saberes em comunicação continuam a ser o resultado das importações de diversos domínios disciplinares. A esta importação dá-se muitas vezes o nome de interdisciplinaridade. No entanto, como não é definido com clareza o objecto da comunicação, a interdisciplinaridade, que deveria servir de meio, torna-se um fim em si mesmo.
5. Para a definição do domínio da comunicação, é indispensável ter em conta a arqueologia e a genealogia da emergência da problemática comunicacional ao longo do processo da modernidade.