

Comunicação e Universidade

**André Lázaro*

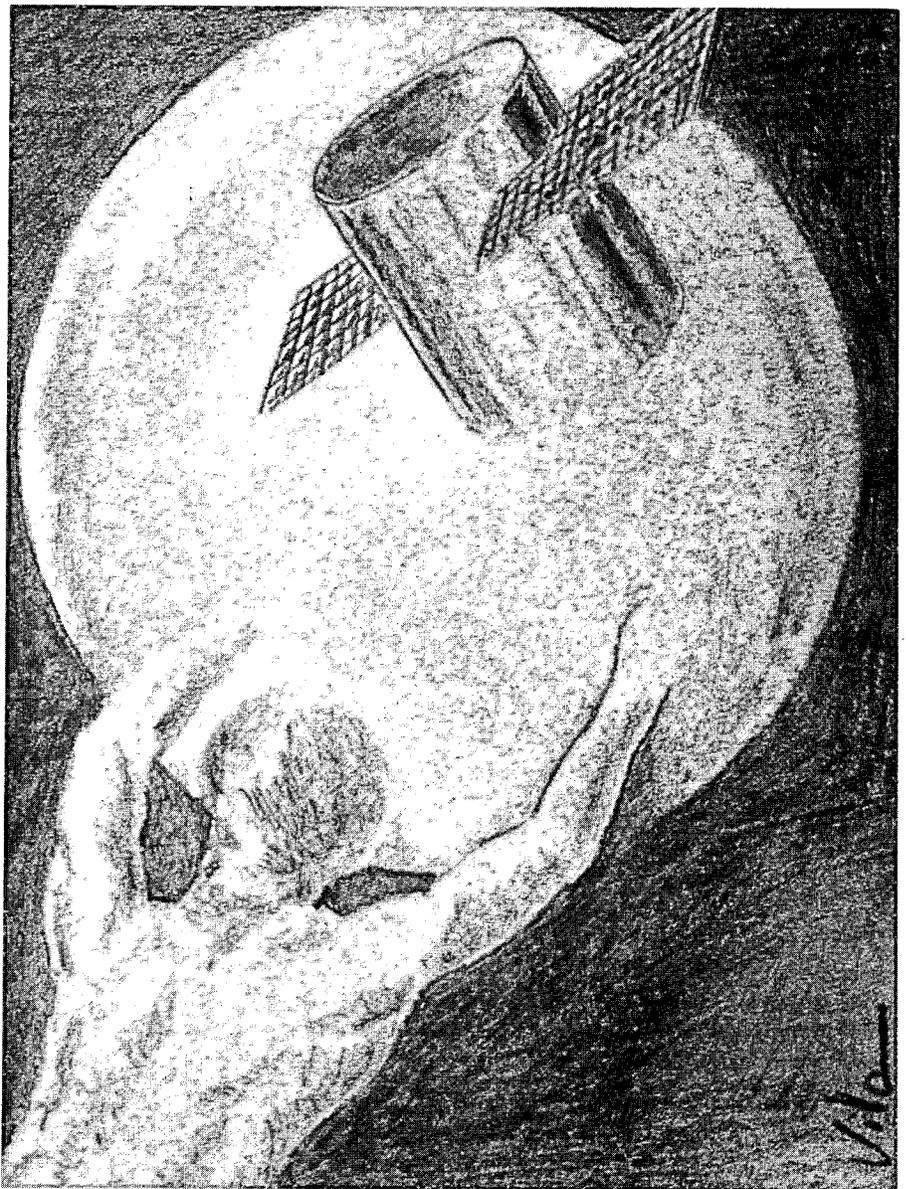
1 — Não há dúvida de que a atividade de produção, estocagem e distribuição de informações adquire significados estratégicos nas sociedades contemporâneas a ponto de se caracterizar a sociedade pós-moderna como aquela que gira em torno da informação. Informação e comunicação são, portanto, dois conceitos decisivos para o exame do que se passa no mundo de hoje e das perspectivas que se abrem para o mundo futuro, se é que haverá mundo futuro. Se houver, ele certamente estará cada vez mais ocupado na produção, armazenagem e distribuição de informação. Não apenas informações científicas, base de "know-how", mas também informações culturais, repertório decisivo para o homem dito comum construir sua identidade e reconhecer o significado das práticas em que está imerso e nas quais se realiza. Se a modernidade pode ser lida com a ruptura com a tradição, a pós-modernidade se apresenta como a reinvenção de tradições, fugazes, é certo, mas nem por isso menos decisivas para garantir a coesão das tribos e grupos em que se esfacelam as sociedades industriais. Dito desta forma parece que queremos exorcizar a pluralidade; mas não: a multiplicidade de informações permite a liberdade das escolhas e promete a autonomia dos sujeitos, se estes forem capazes de reorganizar as tradições e dar-lhes um novo sentido. Desafios tão graves quanto aqueles que enfrentaram as gerações contemporâneas das revoluções dos séculos XVIII e XIX.

2 — Mais ainda: a pluralidade contemporânea abre a possibilidade de novos mundos, múltiplos e diversificados no mesmo mundo. As promessas de felicidade que nos acenam as máquinas coloridas e velozes só serão efetivadas se encontrarem sujeitos capazes de escolher e compor quadros de referência que recuperem o que na tradição do ocidente é segredo e dispersão. "Notre héritage n'est pas précédé d'aucun testament" ("Nossa herança nos foi deixada sem nenhum testamento"). Com este aforismo do poeta francês René Char, Hannah Arendt abre o seu *Entre o passado e o futuro*¹. Ela comenta: "Sem testamento, ou resolvendo a metáfora, sem tradição que selecione e nomeie, que transmita e preserve, que indique onde se encontram os

tesouros e qual o seu valor — parece não haver nenhuma continuidade consciente no tempo, e portanto, humanamente falando, nem passado nem futuro, mas tão somente a sempiterna mudança do mundo e o ciclo biológico das criaturas que nele vivem"². Mas o que será o nosso testamento?

3 — À universidade cabe, entre inúmeras tarefas, a de preparar as gerações futuras dando-lhes indicações de como

encontrar os "tesouros" que a tradição sabiamente dispersou: há vários acessos a ele e ele, o tesouro, não se esgota numa declaração quantitativa de bens. Por que o tesouro, propriamente falando, dá conta exatamente do uso desses bens e os relaciona com a vida subjetiva e objetiva dos povos e dos indivíduos. Ou melhor dizendo, este é um dos tesouros. A preparação da universidade, quando se concentra no domínio técnico de suas especialidades, tem do "tesouro" a visão



quantitativa e empobrecedora do que é preciso "saber fazer", sem saber "para que fazer".

4 — A área de Comunicação parece fortemente afetada por estes dilemas e tensões que, a rigor, podem ser produtivos e estimulantes se conseguirmos superar este desejo de "paz dos cemitérios" que, às vezes, invade a nossa conturbada convivência com os diversos currículos que se sucederam nas Faculdades de Comunicação. Pressionadas pelas empresas, que desejam mão-de-obra qualificada, estimuladas pelo comércio de diplomas que fez surgir faculdades em todo canto, as faculdades de comunicação ainda sofrem as terríveis expectativas de parte de seus públicos, os alunos, que vêem nelas um caminho seguro para o acesso ao mundo do trabalho e da profissão. O atrelamento das faculdades de comunicação ao "mercado de trabalho" é, a meu ver, um dos fatores mais prejudiciais ao bom desempenho dos currículos de comunicação. Isto porque, em geral, a expressão "mercado de trabalho" aparece como um fetiche e uma solução mágica para inúmeras dificuldades que se abrem quando começamos a pensar nos cursos de comunicação. O "mercado de trabalho" não é algo pronto e acabado, uma porta que o domínio das técnicas de comunicação permitiria abrir como um moderno "abre-te-Sézamo!" O "mercado de trabalho" é atravessado por inúmeras tensões: a velocidade da renovação técnica, as disputas cartoriais ("assessoria de imprensa é de jornalista ou de rp?"), as mudanças políticas e sociais, tudo faz da prática da comunicação uma atividade em constante mutação, nada semelhante à idéia que eventualmente aparece, de ser o mercado algo já estratificado que aguardasse o técnico de saberes definidos e delimitados. Aliás não creio que exista profissão ou prática do mundo moderno que possa ser razoavelmente descrita por esta visão fetichista.

5 — Isto não significa desprezar as práticas e excluí-las da reflexão. As práticas devem, por um lado, ser objeto de reflexão e, por outro, o espaço de invenção e renovação de linguagens. As práticas de comunicação, nas faculdades, devem ter o estatuto de "artes" ou seja, a permanente pesquisa de resultados a partir das resistências e limites dos materiais utilizados: as imagens, os textos, os veículos. As práticas, se entendi-

das como linguagens, devem ser apreendidas no rigor de sua gramática e na amplitude de sua semântica; só assim essas práticas podem ser ensinadas e aprendidas. Ou então, reduzimos as faculdades a escolas técnicas, que existem e funcionam, mas não podem ser entendidas como pertencentes à academia, espaço de ensino, pesquisa e extensão.

6 — A reflexão sobre a Comunicação não passa necessariamente pelas faculdades de Comunicação. E é uma pena que assim seja. As faculdades de comunicação podem ser um espaço privilegiado em que saberes multidisciplinares se articulam para pensar estas práticas inovadoras e complexas que são as trocas de informação nas sociedades modernas. Para isso, os currículos de comunicação devem ser capazes de conceituar adequadamente estas práticas sob pena de fetichizarem as técnicas e reduzirem sua capacidade reflexiva à mera formação da mão-de-obra qualificada. Infelizmente a exigência de diploma de jornalista e relações públicas ainda funciona como um par de antolhos que obriga as faculdades de comunicação a um certo contorcionismo intelectual que se traduz naquela queixa tão famosa nas nossas assembleias e debates: o divórcio entre a teoria e a prática e a conseqüente exigência de uma "teoria" que seja aplicada na prática". Quanta imprecisão, quanta ingenuidade! É evidente e necessário que entre a teoria que quer pensar as práticas da comunicação e o exercício das profissões haja uma tensão, quanto mais não seja porque, hoje, estas práticas profissionais obedecem a critérios e parâmetros oriundos de setores fortemente oligopolizados e nevrálgicamente instalados nos centros de decisão e controle. Se as diversas teorias que pensam as práticas de comunicação se escusarem ao exame e à crítica dessas práticas, a pretensão de serem "teorias" lhes deve ser negada. E mais: só enquanto teorias capazes de colocar em questão as práticas é que se pode imaginar uma possível e futura transformação nessas práticas. Ao mesmo tempo, se entendidas como "artes", as práticas podem colocar problemas novos de maior interesse para as teorias. Mas imaginar que as teorias devam seguir docilmente as práticas e preparar os espíritos para a aceitação acrítica do mundo e de seu uso é desconhecer o que seja teoria e lhe negar o papel criativo que a inteligência lhes confere. E, não nos esqueçamos, a teoria é, a rigor, "uma prática teórica".

7 — Os currículos de comunicação ainda se encontram sob a camisa de força da resolução 480/83 do Conselho Federal de Educação, que disciplina a distribuição das matérias teóricas e profissionais. Acredito que a mais absoluta liberdade para compor os currículos deva ser uma exigência de toda a universidade que está interessada em garantir o acesso à tradição e desenvolver sua capacidade de pensar o presente. Que se avaliem os resultados, mas que o trabalho de criação intelectual seja livre; e criar um currículo é uma tarefa cujas exigências intelectuais estão amesquinhas quando se defrontam com as burocracias acadêmicas. Criar um currículo é uma forma de interpretar a tradição, um caminho em busca do tesouro que compete à própria universidade traçar.

8 — A pressa e a ingenuidade dos novos podem desprezar aquilo que a tradição acumulou. Principalmente agora, que a indústria da cultura oferece esta mesma tradição em retalhos, colchas luminosas para eventuais abrigos momentâneos. Mas sabemos que as coisas não se passam dessa forma: é preciso estudar, pesquisar, ler, trabalhar para reencontrar aquelas promessas que as gerações passadas deixaram inscritas em suas obras. Esta, aliás, era a reivindicação que Walter Benjamin fazia para a crítica cultural. Esta é, agora, a tarefa da universidade que não quer recusar sua herança crítica.

* LÁZARO, André. Professor e Chefe do Departamento de Teoria da Comunicação da FCS/UERJ. Professor da PUC-RJ e Doutorando em Comunicação/UFRJ.

1 — ARENDI, Hannah. Entre o passado e o futuro. SP, Perspectiva, 1972, p. 28 (o original é de 1954)

2 — idem, p. 31.