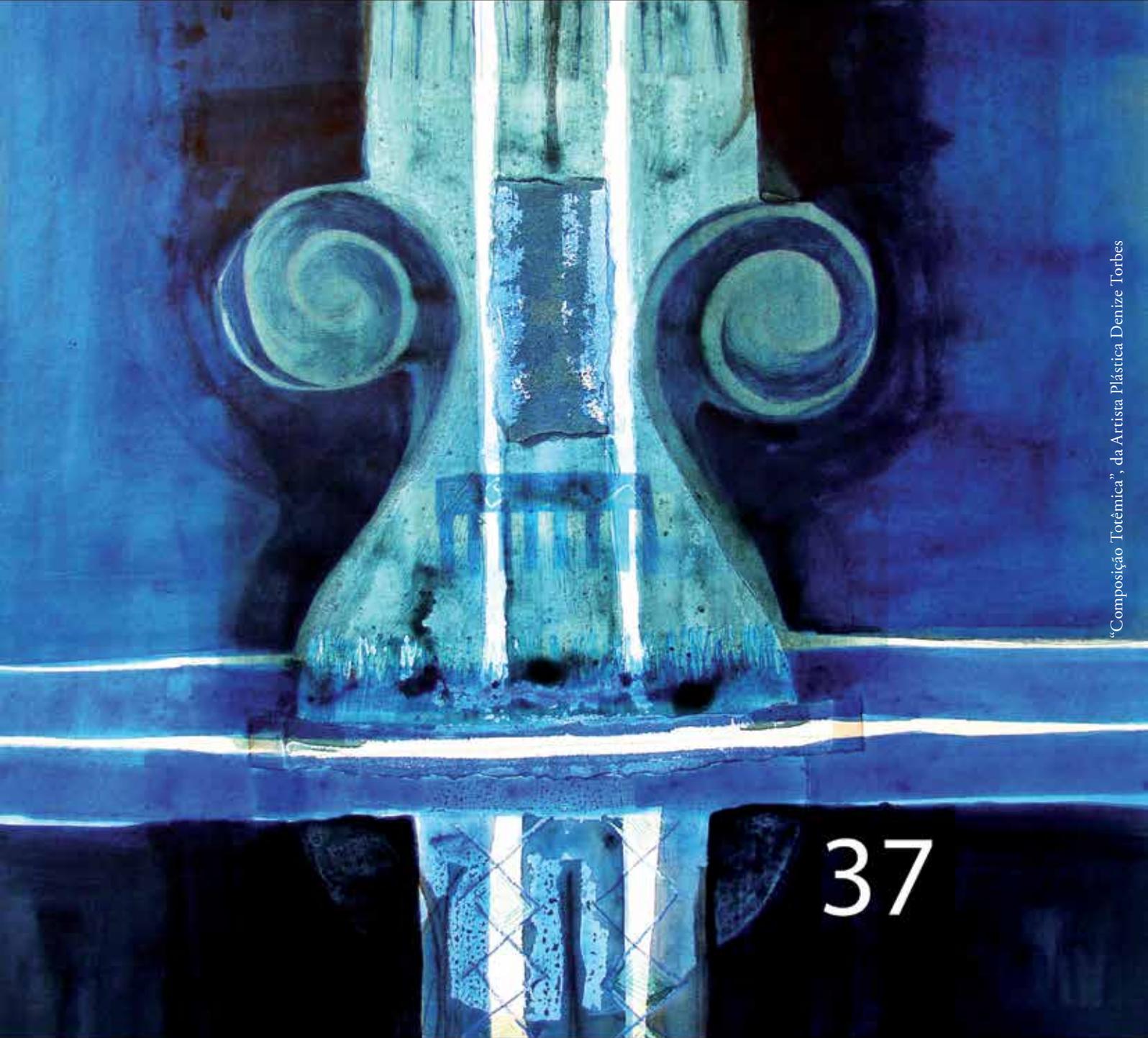


LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ



“Composição Totêmica”, da Artista Plástica Denize Torbes

37

A cientificidade da Comunicação:
Epistemologias, Teorias e Políticas

LOGOS

Vol.19. Nº02. 2012

37

A Cientificidade da Comunicação: Epistemologias, Teorias e Políticas

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 ***Logos: Comunicação & Universidade - Vol. 1, N° 1 (1990)***
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

**1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.**

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fabio Mario Iorio

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ricardo Benevides

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

João Luís de Araújo Maia

LOGOS - EDIÇÃO Nº 37 - VOL 19, Nº02, 2012

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITOR CONVIDADO

Prof. Dr. Erick Felinto

EDITOR GERAL

Prof. Dr. Vinicius Andrade Pereira

EDITORAS ASSISTENTES

Alessandra Maia e Bruna Mariano

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris-Descartes/Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ), Alessandra Aldé (UERJ) e Denise da Costa Oliveira Siqueira (UERJ).

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista *Logos*
A/C Prof. Dr. Vinicius Andrade Pereira (LCI)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2334-0757. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO

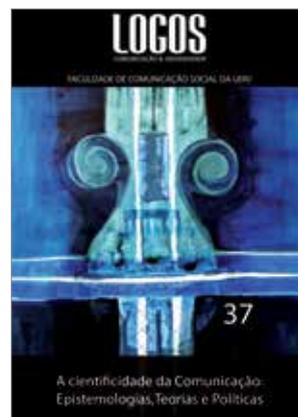
Willian Gomes (www.vimogo.com.br)

CAPA E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Filipe Feijó (PPGCOM)

REVISÃO

Fábio Grotz, Rafael Barbosa, Fausto Amaro, Débora Gauziski, Bruna Mariano, Alessandra Maia e Letícia Perani



Sumário

- 3** Apresentação
Vinicius Andrade Pereira e Erick Felinto
- 6** Dossiê - A Cientificidade da Comunicação: Epistemologias, Teorias e Políticas
Comunicação: um caos criativo
Muniz Sodré (ECO/UFRJ)
- 17** *A disciplina interdisciplinar: ambivalências epistemológicas no ensino de Teoria(s) da Comunicação*
Luís Mauro Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero)
- 29** *Epistemologias das sociedades ideais. Alguns sabores diferenciados possíveis em um espaço reflexivo*
Jairo Getulio Ferreira (Unisinos)
- 43** *Os Fundamentos Científicos da Comunicação: uma crítica flusseriana a comunicólogos brasileiros e seus desdobramentos epistemológicos*
Michael Hanke (UFRN)
- 59** *Luiz Beltrão e Gilberto Freyre: reflexões exploratórias acerca da relação entre ciências sociais e comunicação*
Zuleika de Paula Bueno (UEM) e Tiago Roberto Ramos (UEM)
- 71** *Epistemologia e comunicação: debatendo o objeto comunicacional*
Daniel Christino (UFG)
- 82** *Uma partida em imagens: Instagram, Futebol e Materialidades da Comunicação*
Ronaldo George Helal (UERJ), Fausto Amaro Ribeiro Picoreli Montanha(UERJ) e Débora Gauziski de Figueredo Bueno (UERJ)
- 96** Temas Livres
Meios de Comunicação e Mentis
Márcio Souza Gonçalves (UERJ) e Ericson Telles Saint Clair (UFRJ)
- 109** *Da imagem à comunicação: situações éticas desafiadoras no ambiente organizacional*
Mônica Cristine Fort (PUC-PR)
- 121** *Embalagem de marcas próprias: elementos de semelhança e diferença na construção gráfica*
João Batista Freitas Cardoso (USCS) e Thiago Bertoldo (USCS)

Apresentação

A Cientificidade da Comunicação: Epistemologias, Teorias e Políticas

O dossiê da Logos 37 tem como tema central a cientificidade da comunicação, propondo reunir reflexões sobre a epistemologia, as políticas e as teorias que, em dinâmicas contínuas, nos ajudam a pensar a natureza do campo no qual boa parte de nós atuamos como pesquisadores. Curiosamente, e a bem da verdade, o presente dossiê foi o que menos suscitou interesse na comunidade acadêmica nos últimos anos da história da Logos. Essa resposta tímida dos nossos pares já poderia ser, em si, um indicativo de algo perturbador: a reflexão sobre as fronteiras, ou sobre o caráter científico e epistemológico da comunicação não interessa tanto, hoje em dia, ao Brasil. Um paralelo dessa sintomática poderia ser feito ao olharmos para os grupos e núcleos de trabalhos relacionados à epistemologia da comunicação da Compós e da Intercom – dois dos mais importantes congressos em comunicação no país – quando identificamos, do mesmo modo, pouca procura por parte do grupo de pesquisadores e pouca renovação dos seus membros.

Se é legítima a leitura que estamos propondo, talvez pudéssemos pensar o porquê desse aparente desinteresse. Talvez vivamos uma espécie de ressaca de um período no qual, no afã de termos posta, de modo bem claro, a singularidade do campo, tenhamos debatido à exaustão questões epistemológicas, chegando mesmo a cometer excessos que se traduziram em uma espécie de tentativa de purificação dos objetos e enrijecimento dos limites da comunicação frente a outras áreas correlatas. Talvez, o retraimento atual dos pesquisadores quanto à temática em questão possa ser, ainda, associado a esse mesmo momento de intensa discussão na área, no qual, em linhas gerais, se estabeleceu algum consenso – ao menos de direito – em torno do que tomamos como o campo da comunicação e, a partir de então, pouco mais interesse desperte o tema. Ou quem sabe, o que vemos hoje seja uma espécie de relaxamento em relação à definição do que seja a comunicação, assumindo um certo caos inerente ao campo, um “caos criativo”, nas palavras de um dos mais respeitados pensadores da nossa área, Muniz Sodré, que nos brinda com um artigo no presente dossiê o qual desenvolve a expressão aqui citada.

Seja por qual vereda possamos nos embrenhar para pensar ainda o que é a comunicação como campo de conhecimento no Brasil, os artigos que estão reunidos nessa edição da Logos nos ajudam a repensar um tema tão importante, em tempos de redefinições das práticas, dos mercados e das formações do profissional oriundo do campo da comunicação.

O professor Muniz Sodré abre o supracitado dossiê, materializando na forma de um artigo as instigantes reflexões que proferiu por ocasião da aula magna que abriu o semestre letivo do PPGC da UERJ, em 2012, onde o estudioso leciona atualmente. Luís Martino e Jairo Ferreira, dois importantes nomes que continuamente estudam questões relacionadas à epistemologia e à teoria da comunicação, colaboram com dois interessantes textos. Martino, nos oferece um panorama acerca do que temos ensinado como teoria da comunicação no país, analisando comparativamente, em mais de 30 faculdades de comunicação, o conteúdo da disciplina “teoria da comunicação”. Por sua vez, Ferreira, em uma espécie de artigo resposta, retoma o diálogo com um texto provocativo de Erick Felinto, acerca, exatamente, da epistemologia da comunicação e o pouco interesse que parece despertar entre os pesquisadores.

Na sequência, Michael Hanke releva um dos muitos achados do arquivo Flusser, onde esteve pesquisando nos últimos anos. Resenhas críticas que Flusser escreveu para uma editora francesa que, então, tinha interesse em publicar livros de autores brasileiros sobre teoria da comunicação. Ao criticar títulos nacionais - obras de Muniz Sodré, Luiz Beltrão dentre outros - Flusser nos oferece uma bela oportunidade para observar como o autor pensava o campo da comunicação e, mais especificamente, como se constituía, na visão do estudioso tcheco, parte do pensamento comunicacional brasileiro.

Fazendo um contraponto ao texto de Hanke, onde a imagem de Luiz Beltrão como estudioso da comunicação sai algo arranhada, Ramos e Bueno apresentam um artigo no qual valorizam a obra de Luiz Beltrão cotejando-a com a de Gilberto Freyre, com o intuito de pensarem algumas relações entre ciências sociais e comunicação.

Finalmente, fechando o dossiê, o texto de Daniel Christino quer retomar a espinhosa questão acerca da natureza do objeto comunicacional, enquanto que o texto de Helal, Montanha e Bueno nos oferece uma perspectiva que articula o campo dos esportes e das mídias à teoria das materialidades da comunicação.

Com “temas livres”, três interessantes artigos reafirmam nosso compromisso de acolher a diversidade inerente ao campo da comunicação nesta seção da Logos. Assim, temos um texto sobre história das mídias e processos de subjetivação intitulado *Meios de Comunicação e Mentes*, de Márcio Gonçalves e Ericson Saint Clair; o artigo *Da imagem à comunicação: situações éticas desafiadoras no ambiente organizacional*, de Mônica Fort e; por fim, o artigo de Cardoso e Bertoldo *Embalagem de Marcas Próprias: elementos de semelhança e diferença na construção gráfica que, ao articular reflexões entre o design e a comunicação*, nos leva de volta para a questão acerca da especificidade desta no conjunto de conhecimentos hodiernos.

Boa leitura!

Vinicius Andrade Pereira - UERJ
Editor da Logos

Erick Felinto - UERJ
Editor Convidado da Logos 37.

Dossiê

*A Cientificidade da Comunicação:
Epistemologias, Teorias e Políticas*

Comunicação: Um Caos Criativo

Communication: A Creative Chaos

Muniz Sodré I sodremuniz@hotmail.com

Graduado em Direito pela Universidade Federal da Bahia (1964), mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação - Université de Paris IV (Paris-Sorbonne) (1967), doutorado em Letras (Ciência da Literatura) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1978) e Livre-Docente em Comunicação pela UFRJ. Atualmente é Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro e Professor visitante da Faculdade de Comunicação Social da Uerj, foi Presidente da Fundação Biblioteca Nacional de 2005 a 2011, órgão vinculado ao Ministério da Cultura. Possui cerca de 30 livros publicados nas áreas de Comunicação e Cultura.

Resumo

Diversidade temática e autonomia do campo comunicacional. Possibilidades de inscrição desse campo no rol das ciências stricto-sensu. Ambiguidade conceitual e dispersão cognitiva. A ênfase na profissionalização como obstáculo epistemológico. Tecnofilia e ideologia da competência. A comunicação como mutação dos sistemas de pensamento dominantes e a implosão da ontologia substancialista. O porquê de uma ciência da comunicação.

Abstract

Thematic diversity and autonomy of the communication field. Possible inclusion of the role of science in the field stricto sensu. Conceptual ambiguity and cognitive dispersion. The emphasis on professionalism as epistemological obstacle. Technophilia and ideology competence. Communication as a mutation of the dominant systems of thought and the implosion of ontology substantialist. Why a science communication.

Num artigo recente sobre a comunicação como ciência social, o scholar norte-americano Craig Calhoun, presidente do Conselho de Ciências Sociais dos EUA, exercita uma visão bastante pragmática do assunto (como, aliás, é de praxe entre os americanos) e a certo momento pergunta:

Como devemos tratar as relações assimétricas usadas por departamentos de Comunicação que contratam membros do corpo docente vindos de várias disciplinas, e que jamais considerariam a contratação de um professor com doutorado em Comunicação? Departamentos de Sociologia e enviam alegremente recém-doutores para empregos, não só em departamentos de Comunicação, mas também de Estudos Étnicos, Estudos de Gênero e Estudos Internacionais, e também para escolas de Negócios e de Saúde Pública, mas raramente iriam contratar docentes com doutorados nesses campos (CALHOUN, 2012, p. 179).

Ele mesmo acaba respondendo depois que a autonomia de uma disciplina depende de sua capacidade para manter limites. “A Comunicação tem fronteiras extremamente tênues” (ibid., p. 279), diz Calhoun. E mais:

Como eu suspeito que seja frequentemente o caso, os departamentos de Comunicação são particularmente suscetíveis de serem produtores em larga escala, ao invés de produtores de excelência? Em outras palavras, eles são analisados por contribuições genéricas medidas quantitativamente, mais do que por suas contribuições específicas julgadas por pares do próprio campo? (ibid., p. 279).

Bem, no que diz respeito à cientificidade do campo comunicacional, o diagnóstico bem pode ser a de um caos. Mas é um caos criativo. Explicamo-nos: a diversidade temática (que, por um lado, pode levar à impressão de que a Comunicação, caoticamente, cobre tudo) oferece o ensejo para abordagens originais e para a contemplação de objetos importantes para a compreensão do cotidiano, mas geralmente situados fora do crivo disciplinar das tradicionais ciências sociais.

Permanece intocada, porém, ou, ao menos parcialmente tocada, à questão (epistemológica) do campo comunicacional. Será que se pode falar dele como ciência *stricto-sensu*? Ou, se é possível, isso é uma vantagem acadêmica?

É oportuno reiterar que, apesar de algumas tentativas isoladas, o campo permanece cientificamente tão ambíguo quanto no passado, em meio a milhares de estudos recortados sobre todo tipo de tema imaginável, se não diretamente relacionado à prática industrial da mídia ou do espetáculo diversificado, pelo menos permeável à colagem do par “comunicação/informação” ou ajustável ao vago rótulo de “estudos culturais”. Em si mesma, essa diversidade temática não é um problema, podendo mesmo ser considerada, ao contrário, como um índice da riqueza semiótica da comunicação. O problema está na falta de conexão das linhas de pesquisa, o que prejudica a coerência científica do campo e termina induzindo à dispersão cognitiva.

Uma das causas dessa dispersão pode ser exatamente o lado de formação profissional atinente ao campo. Isso não é exclusivo da comunicação. Mais de um *scholar* estrangeiro da sociologia pôde observar que a excessiva concentração de esforços na formação profissional (com vistas à realização de pesquisas de opinião, *surveys* empresariais etc.) tem consequências danosas para a reflexão de longo alcance sobre o campo disciplinar, portanto, para a produção da própria sociologia enquanto forma histórica de intervenção intelectual na sociedade.

Já quatro décadas atrás, Baudrillard detectava na universidade aquilo que chamou de “primeira onda de choque da passagem da produção à pura e simples reprodução” (BAUDRILLARD, 1976, p. 5), mas que também podemos chamar de passagem do capitalismo produtivista à financeirização. Para ele, isso ocorreu primeiro nas faculdades de ciências humanas, porque

ali se tornou mais evidente (mesmo sem uma consciência “política” clara) que não se produzia mais nada e que não se fazia mais do reproduzir (docentes, saber e cultura, estes mesmos fatores de reprodução do sistema geral). É isso, vivido como inutilidade total, irresponsabilidade (“Para que sociólogos?”), rebaixamento, que fomentou o movimento estudantil de 68 (e não a falta de empregos – empregos, sempre há bastante na reprodução – o que não existe são lugares, espaços onde se produza verdadeiramente alguma coisa) (BAUDRILLARD, 1976, p. 51).

Para bem situar esta argumentação, é preciso ter em mente que o prestígio de uma ciência social jamais se deveu exclusivamente à objetividade do conhecimento por ela gerado, mas, sobretudo, à sua *produção* de valor social, cultural e, mesmo, político. Nesse prestígio a instituição universitária encontrava o centro de gravidade que a capacitava a exercer a função republicana de contrabalançar a dispersão das especializações profissionais.

A “produção” a que se refere o pensador nada tem a ver, portanto, com atividade industrial, mas com ideias e conceitos atinentes às tensões concretas da História, como foi o caso das ciências sociais em seus momentos mais produtivos ou fecundos, porque iluminadores dos contrastes entre valores antigos e novos na sociedade urbana emergente pós-Revolução francesa. Em tais momentos, o pensamento social ainda estava fora da reprodução do capital como forma de relação social, o que deixava à produção teórica uma grande margem de determinações com relação à realidade histórica. Sob o influxo da pura e simples reprodução, as teorias flutuam como moeda sem lastro, remetendo indefinidamente umas às outras, por meio da exegese de tipo universitário¹.

Isso se verifica hoje no campo comunicacional. Vejam só, nós não estamos imputando à área uma suposta “falta de vontade” acadêmica quanto à constituição epistemológica do campo. Estamos buscando afirmar uma ausência de condições objetivas, reforçada inclusive pela própria especificidade do saber comunicacional, que torna difícil a distinção entre *episteme* e a realidade prática das tecnologias da comunicação, onde se expandem mais “competências” (o saber-fazer prático) do que conhecimentos no sentido abstrato e universal do termo.

Laval evoca a este respeito a palavra inglesa *agency*:

Designam-se por isso capacidades de realizar uma tarefa com a ajuda de ferramentas materiais e/ou instrumentos intelectuais. Um operador, um técnico, um homem da arte possuem competências profissionais. Neste sentido, a competência é isto pelo qual um indivíduo é útil na organização produtiva. A noção teria tanto mais pertinência hoje quando as transformações do trabalho, em particular com a difusão das novas tecnologias da informação, rompem os laços antigos entre uma profissão, um ramo do saber e um diploma ou, mais, quando elas permitem transcender a oposição antiga entre trabalhadores intelectuais e operadores de máquinas (LAVAL, 2003, p. 73)

O campo acadêmico da comunicação é atravessado por essa ideologia da competência, estimulada, particularmente no caso brasileiro, pela emergência de uma tecnofilia acrítica³, tendente a depositar nas tecnologias do digital velhas esperanças de redenção e inclusão sociais. Diz Laval:

A informática e a internet não são vistas como objetos técnicos a serem estudados e compreendidos, nem sequer como ferramentas suplementares, úteis na aprendizagem, mas como alavancas 'revolucionárias' que servirão para mudar radicalmente a escola e a pedagogia (Ibid., p. 146).

Enquanto no século de surgimento da sociologia, conservadores e radicais encontravam-se na mesma desconfiança moral para com o capital industrial e financeiro, o espírito que preside à comunicação acadêmica é, na maior parte dos casos, semelhante ao do funcionamento comunicacional, ou seja, conservador, de fundo neoliberal. O fascínio pelo desempenho técnico e pelo espetáculo sufoca possíveis inquietações morais frente à financeirização como padrão sistêmico de riqueza, principalmente devido ao fato de que esse padrão — *um modo de ser* da riqueza, com alcance *simbólico* — é muito mal compreendido pelos não-economistas, que o confundem com globalização financeira. Essas “inquietações” não são idiosincrasias de religiosos ou de ativistas, mas o resultado de avaliações realistas da falência dos sistemas econômicos, da exploração predatória do planeta e da medida de injustiça social das práticas neoliberais.

Nessa conjuntura psicossocial, a teorização da cientificidade do campo tende a ser considerada como desnecessária para dar prosseguimento à reprodução universitária dos saberes, parcelares e mutáveis ao sabor das novidades técnicas postas no mercado. Isso ocorre em outros campos do saber: a psicanálise, por exemplo, não se reivindica explicitamente como ciência, mas é um conhecimento que se transmite com foros de “cientificidade” *extra-muros* universitários (portanto, sem diploma profissional garantido pelo Estado) num *espaço social* constituído por um *habitus* (práticas e percepções) de clínicas privadas e com um *capital simbólico* gerido por sociedades psicanalíticas, algumas das quais com conexões internacionais.

Evidentemente, nada disso impede que o meio psicanalítico procure aumentar o seu *capital simbólico*, teorizando em torno das obras de precursores tidos como muito importantes, dentre as quais a obra freudiana como marco indispensável da fundação do campo. Embora ninguém ignore que todo

saber obrigatoriamente vinculado à sua origem tem um fundo místico (como a fundação é sem fundamentos, a especulação se torna interminável), a postura profissional no *espaço social* é cientificista.

No caso da comunicação, a teoria é algo que se impõe apenas intelectualmente diante do que se poderia designar como uma mutação dos sistemas de pensamento dominantes, rumo à implosão da tradicional ontologia (substancialista) de inspiração aristotélica. Não se trata, porém, do impulso voluntarista de apenas teorizar, por impalpável “vontade de ciência”. Sendo verdade que não existe uma estrutura explicativa única para a diversidade fenomênica da comunicação, isso apenas nos conduz à exigência de testar pluralmente a capacidade explicativa de uma teoria (construção conceitual ou hipótese provisória sobre o fenômeno), confrontando-a ao que já se chamou de “capacidade explicativa diferencial de teorias referentes a outros sistemas de inteligibilidade” (BERTHELOT, 1986, p. 193).

Pela via dessa hermenêutica criativa, a ciência se desvia, assim, da direção de uma totalidade teórica fechada — ou seja, aquela modelada pela ciência física, em que se desenvolve um sistema com objetos de pensamento muito acima dos objetos da percepção comum — rumo a novos tipos de “caminho seguro”. Estes seriam os caminhos inerentes a sistemas interpretativos que criem espaços cognitivos para a identificação dos novos agentes sócio-históricos e para o relacionamento com a multiplicidade das novas formas sócio-organizativas, hoje coexistentes, senão hibridizadas com os modos tradicionais e pré-categoriais do mundo da vida (o *Lebenswelt* de Husserl, retomado por Habermas). Esses “caminhos” não se fazem com mão única ou monológica, mas com os cruzamentos e as veredas propiciados por diferentes sistemas de pensamento — uma *koiné* hermenêutica — que apelam para o pragmatismo, a análise de linguagem, a teoria (habermasiana) do agir comunicativo, a teoria da comunidade etc.

É no interior dessa *koiné* teórica que se torna possível refletir sobre a conveniência histórica de uma ciência social capaz de determinar de antemão como objeto a forma de ser de um ente vislumbrado em meio à crise das tradicionais mediações do mundo por efeito da transição do capitalismo produtivista ao capitalismo financeiro. E isso com todas as consequências desse transe de passagem, que abrangem desde o monopólio da vida social pelo código do capital até a constituição de uma nova esfera existencial orientada pela forma tecnológica da consciência, que é o *bios virtual*.

Por que “ciência”? E por que precisamente no momento histórico em que aparecem alguns questionamentos episódicos quanto à importância da determinação de um saber como “científico” (por exemplo, há algum tempo, a Associação Americana de Antropologia propôs a retirada do termo “ciência” de seus documentos oficiais)?

Uma resposta pragmática apontaria para a dimensão do espaço social constante da indagação epistemológica e, assim, poderia dizer que o enquadramento de um saber como ciência conduz a uma cristalização ou uma unidade de princípios e procedimentos que permitem a sua representação

institucional por parte dos pesquisadores de um modo geral. Isso é estratégico no confronto acadêmico com outras disciplinas do campo social e nas reivindicações junto às agências de fomento, às empresas e às fundações tendentes a se comprometer com a pesquisa.

Mas unidade não significa a homogeneização enrijecida do campo de conhecimento, e sim a sua coerência interna — a interação da multiplicidade temática num plano expressivo, análogo ao que Deleuze chama de “plano de imanência” — estabelecida por conexões claras entre as linhas temáticas, assim como entre os projetos de pesquisa. Para tanto (um “tanto” que falta ao campo comunicacional) se fazem necessárias discussões teóricas integradas, sejam para concordar, sejam para dissentir no plano dos argumentos. Esta é, aliás, a visão de Rorty ao sustentar que não é a profundidade verticalista do saber produzido sobre o objeto que faz aumentar a compreensão sobre ele e sim a abertura para a troca dialógica (Cf. RORTY, 2002).

Entretanto, uma resposta, de caráter ontológico à questão da exigência de constituição de uma ciência da comunicação, poderia dizer que ela se faz necessária porque nesse novo ente que se deixa ver como algo existente e manifesto à nossa frente — e que pode ser conhecido em si mesmo, portanto, positivamente — há algo que ainda se oculta ou que não podemos conhecer de imediato, mas que devemos, por imperativo ético-político, trazer à luz por meio da delimitação de conceitos ou da expansão de ideias, assim como por meio da intervenção no espaço público, sujeitos políticos que somos, queiramos ou não.

De acordo com este argumento, manifesta-se o sociólogo Octávio Ianni:

“Se as ciências sociais nascem e desenvolvem-se como formas de autoconsciência científica da realidade social, pode-se imaginar que elas podem ser seriamente desafiadas quando essa realidade já não é mais a mesma. O contraponto de pensamento e pensado, ou de lógico e histórico, pode alterar-se um pouco, ou muito, quando um dos termos modifica-se; e mais ainda quando ele se transfigura” (IANNI, 1996, p. 171)

O “mundo da vida”, entendido como mundo de sistemas autônomos de valores e, portanto, de pluralidade de linguagens, faz surgir o imperativo de uma ecologia de saberes em plena regência das ciências e das técnicas, de modo a estender aos “coletivos de cidadania” as possibilidades decisórias que os sistemas tecnoburocráticos tendem a reservar exclusivamente aos especialistas. Ressoa aqui a advertência de Dewey:

Nenhum governo de especialistas em que as massas não tenham a chance de informar os especialistas quanto a suas necessidades não pode ser mais do que uma oligarquia organizada em torno dos interesses de poucos (...) A necessidade essencial (...) é o aperfeiçoamento dos métodos e condições de debate, discussão e persuasão. Esse é o problema do público (DEWEY, 1980, p. 208)

Ou seja, sem uma *retórica* particular, condicionada a uma cultura específica e, assim, capaz de expressar a linguagem das massas num espaço público, a razão pura seria apenas mais um instrumento de dominação.

No imperativo ético-político de uma ecologia dos saberes se faz presente a questão essencial da formação do homem, de sua transformação em cidadão, que associou na antiga Grécia a filosofia à escola, essa mesma instituição que continua indispensável às sociedades urbanas em emergência ou em mutação.

A este respeito, Sloterdijk faz um retrospecto que nos parece plenamente pertinente à contemporaneidade sócio-cultural:

A parêntese formada por Sócrates e Platão marca a entrada da nova idéia educativa. Em face do convencionalismo e do oportunismo dos professores de retórica e dos sofistas, eles desenvolvem um arrazoado em favor duma reforma global do homem. Paideia ou a educação como formação do homem para um grande mundo com a imperialidade latente ou manifesta, não é só um termo fundamental da prática antiga da filosofia, mas designa também o programa da filosofia como prática política. Pode-se aí discernir o nascimento da filosofia, condicionada pela emergência de uma nova forma de mundo, arriscada e encarregada de poder — hoje, nós as chamamos culturas urbanas e impérios (SLOTERDIJK, 2011, p. 18.).

Eis aí uma bela e acertada construção de pensamento: a filosofia clássica concebida como um “rito de iniciação lógico e ético”, requerido pelas exigências históricas de reedificação do homem, em função das novas realidades urbanas e imperiais. Pensar não é extrair, num puro jogo de espírito, categorias lógicas de mentes privilegiadas, sem maiores vinculações comunitárias ou políticas (como tantas vezes aconteceu ou acontece na história da filosofia), e sim aceitar o desafio ético de responder à complexidade do mundo, com todos os riscos políticos implícitos na resposta. O exercício dessa tarefa chamou-se em grego “reflexão ou temperança” (*sophrosine*) e, em latim “humanidade” (*humanitas*), transcorrendo num ambiente filosófico que era igualmente *paideia*, isto é, “introdução a essa reflexão adulta que significa humanidade” (SLOTERDIJK, 2011, p. 18). Para Sloterdijk, seria “irrefletido ver nos valores da *paideia* e da *humanitas* apenas ideais apolíticos de caracteres” (Ibid., p. 19).

A analogia favorecida pela questão comunicacional põe lado a lado a retórica antiga como técnica política de linguagem na *polis* grega e a midiática enquanto prática tecnológica do discurso sob a égide do mercado na contemporaneidade. A dimensão retórica é imediata e visível porque diz respeito à elocução, às práticas de linguagem, aos discursos que circulam socialmente, particularmente no que se refere ao *broadcast* audiovisual e à difusão culturalista em todos os seus formatos. Os mestres de retórica e os sofistas, aos quais se opuseram Sócrates e Platão, equivalem, em termos de função social, aos dispositivos maquinais de comunicação, que suscitam igualmente um novo tipo de discurso pedagógico.

Pode parecer um contrassenso evocar a experiência do antigo grego, a propósito da constituição de uma ciência social ultramoderna, quando se sabe que a educação moderna não corresponde exatamente à *paideia*

e que o ordenamento tecnológico do mundo vem se construindo precisamente sobre os escombros do platonismo, isto é, da metafísica. Ao mesmo tempo, entretanto, a analogia é relevante quando se leva em conta que essa nova ordem objetivista-tecnológica sugere a hipótese de outra **forma de vida**, o *bios virtual* (resultante de nova tecnologia das relações sociais) ou uma espécie de “telemorfose integral da sociedade” (Cf. BAUDRILLARD), capaz de funcionar até certo ponto com uma lógica própria, autorreferente (tautológica) sobre um “território” feito de pura informação, que seduz a esfera pública pelo êxtase da conexão.

Essa forma midiaticizada tem persistido nas últimas décadas como um “parque” tecnológico integrado e adequado aos regimes de visibilidade pública e de representação do capital em sua fase financeira e globalista. Ela é o sintoma mais evidente da mutação civilizatória que preside a *emergência* de uma nova orientação existencial (o *bios virtual*), economicamente regida por capital financeiro e mercado, com o auxílio de uma estetização generalizada. Produto direto da sociedade tecnocultural, essa forma contribui para acentuar a crise de objeto das ciências sociais tradicionais, conformadas por um espaço-tempo anterior e muito distinto daquele em que em se desenvolve a midiaticização.

Nas formas de vida emergentes, as relações sociais e de produção do saber, diferentemente da episteme sociológica, são constituídas por seres humanos e máquinas, em parceria cada vez mais igualitária. As ciências postas no centro da mutação acelerada dos sistemas — robótica, nanotecnologia, biotecnologia, engenharia genética e biônica — são indissociáveis do objeto técnico. A interobjetividade (o relacionamento entre objetos) tem hoje peso tão grande, senão maior, quanto o da intersubjetividade. É uma perspectiva que se amplia quando se considera que a arquitetura inteligente das novíssimas gerações de servidores computacionais (sensores inteligentes que possibilitam o monitoramento *on-line* e ininterrupto das máquinas) reduz enormemente a necessidade de mão de obra humana na operação e manutenção das máquinas.

Ao mesmo tempo, a tecnociência contemporânea trafega na fronteira do “pós-humano” ao produzir equipamentos e próteses que ensejam o aparecimento de híbridos tecnobiológicos na esfera dos deficientes físicos, com resultados extraordinários. De modo geral, a prevalência das máquinas joga água no moinho da hipótese de que a tecnologia passe a ser considerada, em si mesma, como um “ator” social em atuação ininterrupta nos variados processos de existência. Latour propõe o conceito de *ator-rede* (baseado na *Actor-Network Theory*), que eleva o objeto eletrônico à condição de participante ativo na relação dos sujeitos com a tecnologia eletrônica, em particular, a mídia (Cf. LATOUR, 2007).

É sobre essa nova realidade social, em confronto com as formas comunitárias do “mundo da vida” que incide a possibilidade de uma ciência da comunicação.

Referências Bibliográficas

- BAUDRILLARD, Jean. *À l'ombre des majorités silencieuses ou la fin du social*. Fontenay-sous-Bois: Utopie, 1978.
- _____. *Vue imprenable*. Paris: Cahier de l'Herne, 2004.
- _____. *L'Échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard, 1976.
- BERTHELOT, J.M. *Les Masses: De l'être au néant*. In: Zylberberg, Jacques (org.). *Masses et Postmodernité*. Paris: Méridiens Klincksieck, 1986.
- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. *Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- _____. *O campo científico*. In: ORTIZ, Renato (org.). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.
- BRAGA, José Carlos. *Financeirização global*. In: TAVARES, Maria da Conceição e FIORI, José Luis. *Poder e dinheiro – uma economia política da globalização*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- CALHOUN, Craig. *Comunicação como ciência social (e mais)*. In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom)*. v. 35, janeiro/junho 2012.
- CHARDIN, Teilhard de. *Sur l'existence probable, en avant de nous, d'un ultra-humain (1950)*. In: *L'Avenir de l'Homme*, Paris: Seuil, 1962.
- COHN, Gabriel. *Uma ciência da comunicação humana não pode constituir-se sem o domínio das categorias sociais*. (1970). In: MELO, José Marques de (org.). *Pensamento comunicacional uspiano*. Socicom-Intercom, vol. 3, 2011.
- CRAIG, Robert. *Communication theory as a Field*. In: *Communication Theory*, 9(2), International Communication Association, 1999.
- DELEUZE, Gilles. *Pourparlers*. Paris: Minuit, 1990.
- DESCOMBES, Vincent. *Le même et l'autre — quarante-cinq ans de philosophie française (1933-1978)*. Paris: Minuit, 1979.
- ENRIQUEZ, Eugène. *As figuras do poder*. São Paulo: Via Lettera Editora e Livraria, 2007.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- HEIDEGGER, M. *Introducción a la filosofía*. Madrid: Ediciones Cátedra (col. Frónesis), 1999.
- IANNI, Octávio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- JAY, Martin. *A imaginação dialética – história da Escola de Frankfurt e do Instituto de Pesquisas Sociais – 1923/1950*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

- JEUDY, Henri-Pierre. *Sciences sociales et démocratie*. Belfort: Circé, 1997.
- KATZ, Elihu. *Media effects*. In: SMELSER, N.J. e BALTES, P.B. (orgs.) *International encyclopedia of the social and behavioral sciences*. Oxford: Elsevier, 2001.
- _____. e LAZARSELD, Paul. *Personal influence: The part played by people in the flow of communications*. New York: Free Press, 1955.
- KLAPPER, J. *The effects of mass communications*. New York: Free Press, 1960.
- LATOURE, Bruno. *Reassembling the social — an introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: University Press, 2007.
- LAVAL, Christian. *L'école n'est pas une entreprise — le néo-libéralisme à l'assaut de l'enseignement public*. Paris: Éditions La Découverte, 2003.
- LAZARSELD, P., BERELSON B. e GAUDET, H. *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York University Press, 1944.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *Obras Escolhidas*, Rio de Janeiro: Ed. Vitória, v. 1, 1951.
- MARX, Karl. *O Capital — crítica da economia política*. (Livro I). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- MIÈGE, Bernard. *Comunicação e tecnologia na sociedade: uma dimensão transversal* (entrevista) In: *Revista Matrizes*, São Paulo, ECA/USP, v3, nº 1, p. 121-127, ago/dez 2009.
- NEUMAN, Russell W. e GUGGENHEIM, Lauren. *The evolution of media effects theory: a six-stage model of cumulative research*. In: *Communication Theory*, 21 (2011). International Communication Association.
- NIETZSCHE, F. *Consideração Intempestiva: Schopenhauer educador*. In *Escritos sobre educação*. Rio de Janeiro: Puc-Rio e Loyola, 2009.
- NISBET, Robert. *La tradition sociologique*. Paris: PUF, 1984.
- PAIVA, Raquel. *Pesquisa em comunicação comunitária: há lugar para a empiria?* In: *Revista Intercom*, 2011.
- RAPOPORT, Anatol. *La théorie moderne des systèmes*. In: *Revue française de sociologie*, 1971.
- RORTY, Richard. *Filosofia y futuro*. Madrid: Gedisa, 2002
- ROUANET, Sergio Paulo. *O Édipo e o Anjo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1981.
- SLOTERDIJK, Peter. *Tempéraments philosophiques*. Paris: Libella-Maren Sell, 2011.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho — uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. *As estratégias sensíveis — afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

STANFILL, M. *Birds of a feather*. In: *Communication Theory*, 22 (2012). International Communication Association.

VATTIMO, Gianni. *Nichilismo ed emancipazione — ética, política, diritto*. Milão: Garzanti Libri, 2003.

WINKIN Yves. *Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Schefflen, Watzlawick — la nouvelle communication (textes recueillis et présentés par Yves Winkin)*. Paris: Seuil, 1981.

WOLTON, Dominique. *Penser la communication*. Paris: Flammarion, 1997.

_____. *Elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 2006.

ZYLBERBERG, Jacques. *Macroscopie et microscopie des masses*. In: *Masses et postmodernité*. Paris: Méridiens Klincksieck, 1986.

Notas

1. Isso pode chegar às raias do patético, como ocorre nas sociedades psicanalíticas (a facção lacaniana assume frequentemente a forma de seitas) ou nos grupos de exegese da filosofia de Gilles Deleuze.
2. Pode ser produtivo examinar, à luz dessa ideologia, os debates travados, desde o final do século passado, entre os defensores e os detratores do diploma de jornalista. Se para alguns dos defensores o diploma se justificaria pela preservação do velho espírito bacharelesco, para os detratores seria o diploma anacrônico ou desnecessário, já que valeria apenas a “competência”. Estes últimos, embevecidos pela tecnofilia, esquecem ou desconhecem o estatuto político do diploma como recurso de resistência ao arbítrio patronal.

A disciplina interdisciplinar: ambivalências epistemológicas no ensino de Teoria(s) da Comunicação¹

*The interdisciplinary discipline: ambivalences in teaching
epistemological theory (s) of Communication*

Luís Mauro Sá Martino | lmsamartino@gmail.com

Graduado em Comunicação Social pela Faculdade Cásper Líbero (1998), com Mestrado (2001) e Doutorado (2004) em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Foi pesquisador-bolsista na School of Political, Social and International Studies na University of East Anglia, na Inglaterra (2008). Professor da Faculdade Casper Líbero - graduação, pós lato sensu e mestrado. Pertence ao corpo editorial das Revistas Líbero e CoMTempo, da Faculdade Cásper Líbero, e de Comunicação Midiática (Unesp), Comunicação, Mídia e Consumo (ESPM). É também professor no curso de Música da Faculdade Cantareira. Autor dos livros "Mídia e Poder Simbólico" (Paulus, 2003), "O habitus na Comunicação" (Paulus, 2003), em parceria com Clóvis de Barros Filho, "Comunicação: troca cultural" (Paulus, 2005), "Estética da Comunicação" (Vozes, 2007), "Teoria da Comunicação" (Vozes, 2009) e "Comunicação e Identidade" (Paulus, 2010). Dentro da Comunicação, suas pesquisas dirigem-se às questões de Teorias da Comunicação, Estudos de Recepção e Identidade, Mídia e Religião, Produção de Notícias e Entretenimento.

Resumo

O que é considerado "teoria" nos estudos de Comunicação? Este texto busca delinear uma resposta a partir dos programas de ensino de "Teoria da Comunicação" de 31 universidades. O exame indica que os debates epistemológicos da área são condensados em um pequeno núcleo de teorias, não havendo consenso a respeito do que constitui uma 'teoria da comunicação'

Palavras-Chave: Teoria da Comunicação; epistemologia; ensino.

Abstract

What has been taught as 'theory' in Communication Studies? This paper outlines an answer by examining the syllabuses of 'communication theory' classes taken from 31 Brazilian universities. Evidence suggests that the richness of epistemological debates are condensed in a core of few 'theories', with a lack of agreement on what is 'theory' in Communication.

Keywords: communication theory; epistemology; teaching.

Introdução

Qual “teoria da comunicação” está sendo levada para as salas de aula? De que maneira os debates sobre Epistemologia da Comunicação, desenvolvidos em vários espaços (livros, artigos, eventos da área), encontram sua materialidade no discurso teórico da área? A inquietação na origem deste texto é provocada por um problema ao mesmo tempo epistemológico e prático: como decidir o que é uma teoria “da comunicação”? Algum tipo de convocação, ainda que fluida, do que é “comunicação”, seus limites teóricos e epistemológicos, precisa ser utilizada.

A prática de sala de aula foi outra motivação deste trabalho, e as questões propostas são as mesmas que se colocam a cada início de ano ou semestre letivo; não se trata, portanto, de observar o campo *de fora*, mas de dentro, como participante motivado pelas mesmas questões. Neste texto, procura-se um diálogo, buscando mais compartilhar dúvidas e comparar caminhos do que oferecer uma resposta.

A sala de aula coloca desafios práticos à Epistemologia da Comunicação no momento em que ela, de certa forma, se objetiva no corpo de conteúdos da disciplina “Teoria da Comunicação”. Se os problemas epistemológicos da comunicação ocupam um largo espaço nas discussões da área, é possível notar menos preocupação com algumas questões epistemológicas envolvidas no ensino dessa disciplina.

Como lembra Lovisolo (2002, p.2), a decisão a respeito do que deve ou não constar da formação dos participantes de uma área expressa o “grau de acordo, epistemológico e teórico” existente nesse espaço. Como reforça Temer (2007, p.3), “o primeiro passo para uma proposta fundamentada de ensino-aprendizado das Teorias da Comunicação é a compreensão da base epistemológica que determina as diferentes origens destes estudos”.

O objetivo deste trabalho é delinear algumas dessas questões epistemológicas a partir do exame dos programas de ensino de Teoria da Comunicação de trinta e um cursos de graduação do país. Não há aqui a pretensão de uma resposta completa, mas de mostrar algumas das linhas seguidas pelos cursos. A escolha desses programas obedeceu a um critério de abrangência espacial, somado à disponibilidade para consulta.

Foram estudados os programas das seguintes instituições:

ECA – USP	UFPR - Universidade Federal do Paraná
FACITEC - Faculdade de Ciências Sociais e Tecnológicas	UFS - Universidade Federal de Sergipe
Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina	UFSJ - Universidade Federal de São João del-Rei
FAIMI – União das escolas do grupo FAIMI - Mirassol	UFSM - Universidade Federal de Santa Maria
FDJ - Faculdade 2 de Julho	UFU - Universidade Federal de Uberlândia
FIB – Centro Universitário da Bahia	UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto
UCG - Universidade Católica de Goiás	UnB – Universidade de Brasília
UCS - Universidade de Caxias do Sul	UnC - Universidade do Contestado
UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro	UNEF - Unidade de Ensino Superior de Feira de Santana
UFBA - Universidade Federal da Bahia	UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas
UFC - Universidade Federal do Ceará	UNIDERP - Universidade Anhanguera
UFG - Universidade Federal de Goiás	UNIFAE - Faculdades Associadas de Ensino
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais	UNIFOR - Universidade de Fortaleza
UFPA - Universidade Federal do Pará	UNIFRA - Centro Universitário Franciscano
UFPE - Universidade Federal de Pernambuco	UTP - Universidade Tuiuti do Paraná

Foram comparadas as ementas, os itens dos conteúdos programáticos e as bibliografias, geral e específica, para delinear, a partir da coincidência/divergência entre os temas, os saberes ensinados sob o nome “Teoria da Comunicação”. O objetivo não é avaliar a qualidade dos programas ou legislar sobre o que deve ser ensinado, mas observar os elementos ensinados e pensar nas questões epistemológicas subjacentes a essas escolhas.

Vale lembrar que não se pode tomar o que é explicitado nos programas como um retrato do que é efetivamente ensinado em sala de aula. A presença de uma autora na bibliografia, por exemplo, não permite inferir qual é o tratamento dado a ela pelo professor em sala de aula. Os programas de ensino, aqui, são tomados como indicações a partir das quais se pode delinear questões epistemológicas, não como um mapa ou retrato da prática em sala de aula.

O lugar da disciplina nos cursos de Comunicação

Matéria presente nos cursos de Comunicação desde a regulamentação dos cursos, Teoria da Comunicação apresenta-se como uma disciplina de fronteiras móveis, na qual saberes de várias áreas são agrupados em torno de objetos e temas nem sempre consensuais. O que é “Teoria da Comunicação” em uma universidade pode não ser em outra, e é possível dizer que essa indefinição de alguma maneira talvez esteja ligada aos problemas epistemológicos da área desde sua consolidação como ensino superior (MARTINO, 2009). Seria possível encontrar uma ressonância desses problemas no conteúdo dos programas examinados – por exemplo, a questão do objeto de estudos e da interdisciplinaridade (BARBOSA, 2002).

O campo da comunicação parece ser suficientemente elástico para compreender uma gama de objetos nos quais o caráter especificamente “comunicacional” pode ser detectado com mais ou menos facilidade. Vale perguntar também, de saída, o quanto a detecção desse caráter “comunicacional” não está ligada à concepção que se tem das implicações metodológicas da “comunicação”.

Se a experiência empírica da sala de aula pode ser um parâmetro, vale lembrar que uma das consequências é a percepção, pelos estudantes, de que determinados saberes efetivamente se constituem como sendo “a” ou “as” teoria(s) da Comunicação. Sem dispor necessariamente de um repertório conceitual para questionar se aqueles saberes são, de fato, “Teoria da comunicação”, alunos de graduação podem intuir a questão a respeito das fronteiras disciplinares, mas nem sempre terão como formular uma dúvida epistemológica sobre a apresentação dos conteúdos x ou y sob esse nome.

Seria o caso de lembrar que os cursos de Comunicação referem-se, de fato, a habilitações dentro de um corpo de saberes técnicos – Jornalismo, Publicidade & Propaganda, Relações Públicas, Rádio & TV, Editoração, etc. Essa característica se relaciona com um problema apontado por Venício Lima (1983) décadas atrás sobre uma “crise de identidade” dos cursos de Comunicação ainda presente. Trata-se de uma dicotomia que, de alguma forma, reflete a estruturação do curso em torno de demandas de mercado oscilando entre um saber humanístico e um saber técnico que divide os cursos em troncos de disciplinas teóricas e práticas.

Há ainda um outro aspecto no que diz respeito às relações entre Epistemologia da Comunicação e o ensino de Teorias da Comunicação. A busca pelas práticas de ensino ou pela constituição dos currículos dentro dos cursos de Comunicação certamente pode ser visto como um problema ligado, a princípio, às discussões de uma Pedagogia da Comunicação. No entanto, o que se procura aqui é construir relações entre os debates epistemológicos que vem, há pelo menos duas décadas, verificar quais são os principais problemas referentes aos objetos, métodos e teorias da área e o momento em que esses debates efetivamente devem encontrar sua materialidade discursiva na forma de programas de disciplinas, nos quais as escolhas a respeito do que chegará ou não a fazer parte do diálogo com alunos e pesquisadores se pautam em critérios que, a princípio, remetem a uma investigação epistemológica sobre o que constitui os fundamentos da área.

A escolha pela disciplina “Teoria(s) da Comunicação” se deve ao fato de que, embora existam outras “matérias teóricas” nos cursos de graduação, é possível esperar que esse seja um dos espaços privilegiados para a discussão dos conceitos, métodos e objetos que efetivamente constituirão a área.

A disciplina “Teoria da Comunicação” está, ao lado de outras que não deixam de ser estudos teóricos da Comunicação, aumentando a possibilidade de confusão a respeito da especificidade dessa disciplina. A formação de um corpo doutrinário significa o estabelecimento, mais ou menos consensual, das falas legítimas, dos autores que serão acatados como passíveis de discussão, bem como os que, por diversos motivos, serão apartados de qualquer tipo de referência.

Nesse caso, a pergunta deste texto poderia ser resumida em uma frase: qual é o discurso epistemológico de “Teoria da Comunicação”, tal como definida por sua prática em sala de aula nos cursos de graduação? A resposta será delineada, em primeiro lugar, pela observação das ementas e tópicos referentes aos conteúdos e, na sequência, com o exame da bibliografia.

Entre o cânone mínimo e a dispersão teórica: tópicos dos programas de ensino

A maior parte dos programas estudados aborda o tema a partir de “escolas teóricas” ou de referências teóricas específicas – por exemplo, entre “Cultura de Massa” e “Escola de Frankfurt” ou pesquisas sobre técnica/tecnologia e McLuhan. A discussão propriamente epistemológica a respeito da comunicação parece estar ausente da maior parte deles – apenas 13 dos 31 programas dedicam algum espaço ao tema. O enfoque por teorias ou escolas, predominante, reserva pouco espaço às discussões sobre objeto, teoria e métodos da comunicação. O assunto está confinado ao início ou ao final dos cursos, restrito a um ponto ou dois do programa.

É o caso de questionar se o aluno em um primeiro semestre de graduação estaria pronto para o mergulho em questões mais complexas, objeto de dissenso mesmo entre os pesquisadores da área. No entanto, talvez essa discussão pudesse servir de partida para explicar as diferentes concepções de comunicação apresentadas e trabalhadas pelas diversas escolas ou métodos.

Um limite da análise dos programas refere-se à impossibilidade de saber, efetivamente, quais são as discussões epistemológicas agrupadas sob essas rubricas. No entanto, é possível mencionar uma preocupação, em primeiro lugar, com o objeto (UnC, Uniderp, UCG e UFG) e com as relações entre Comunicação e outras ciências sociais (UFS, Unifra, UFSJ, UFPA, UFG, UCG).

A UFPA e a Universidade Católica de Goiás contemplam uma variada gama de questões epistemológicas referentes à interdisciplinaridade, objeto e método da comunicação. Vale notar também, como caso isolado, uma preocupação da UFC em discutir a diferença entre “Teorias da Comunicação” e “Teorias da Comunicação de Massa” como tópicos do programa.

Escolas e teorias da comunicação

Dentre os programas que optam por uma divisão por teorias ou escolas, nota-se uma predominância das teorias da comunicação desenvolvidas em meados do século XX. Seria possível falar mesmo em um “cânone mínimo” ou um “núcleo temático” de temas oriundos de fontes epistemológicas diversas.

Esses saberes seriam representados pelos temas com maior número de menções entre os programas observados – a pesquisa norte-americana em comunicação, em suas várias denominações (*mass communication research*, escola norte-americana, funcionalismo), seguido da Escola de Frankfurt, mencionada

também como “Indústria Cultural” ou “Teoria Crítica”, e a obra de Marshall McLuhan. Pode-se notar, assim, o predomínio quantitativo de teorias criadas há mais de cinquenta anos.

Se existe um cânone na teoria da comunicação ensinada, ele é constituído por um duplo eixo formado pela Escola de Frankfurt, Estudos Norte-Americanos e McLuhan, aos quais se juntam de maneira tímida os Estudos Culturais. Apenas esses quatro tópicos, de um total de 101 possíveis, são encontrados em mais da metade dos programas analisados – um total de 2,43%. Do total de 101 tópicos incluídos nos 31 programas, onze estão presentes em mais de um.

A tabela permite dimensionar o fato:

Tabela 01: Número de citações de autores e escolas em programas de ensino

Autor / Escola	Citações
Escola de Frankfurt	23
Escolas Norte-Americanas	20
Estudos Culturais	13
Questões Epistemológicas	13
McLuhan	12
Estruturalismo / Semiótica	12
Escolas Latino-Americanas	9
Cibercultura / Redes	4
Newsmaking e Pesquisa de Efeitos	2
Umberto Eco	2

À primeira vista, a composição dos programas pode parecer muito semelhante, sobretudo no que diz respeito aos cinco eixos identificados – Escola de Frankfurt, Funcionalismo Norte-Americano, Estudos Culturais, Estruturalismo e Marshall McLuhan.

O desafio epistemológico, no entanto, não parece residir no consenso, mas na dissonância entre os outros tópicos. A quantidade de tópicos presentes em um único programa aponta para a falta de consenso entre os tópicos e conteúdos dos programas. O grau de coincidência a respeito do que é Teoria da Comunicação é de apenas 10.89%, deixando um espaço de 89.11% de diversidade.

Nota-se, espalhadas pelos programas, duas perspectivas divergentes a respeito do objeto da comunicação. De um lado, o foco nos meios de comunicação; de outro, uma visão que compreende a comunicação como processo social interacional. Essa dicotomia, como explica Felinto (2007, p.43), reflete uma discussão presente nos debates epistemológicos, a respeito da constituição de um objeto da Comunicação, pensado como estudo da comunicação em sua intersecção com as mídias, em particular as chamadas “mídias de massa” e as mídias eletrônicas, ou como o estudo das relações e interações entre seres humanos.

Os programas analisados parecem combinar essas duas perspectivas quando pensados em sua totalidade. Boa parte deles, apresentando uma perspectiva que pode ser chamada de “panorâmica”, desenvolve um discurso em várias direções. Essa diversidade nos tópicos das ementas é acompanhada de perto pela dispersão que pode ser encontrada nas bibliografias, como será visto no próximo item.

Uma disciplina ou várias? Dispersão disciplinar e elasticidade do campo

A presença de um cânone mínimo e da dispersão epistemológica também pode ser observada na bibliografia. Os programas de ensino mencionam um total de 224 autores, dos quais pouco mais da metade, 135, ganha uma única citação. Nota-se, nos autores presentes em mais de cinco programas de ensino, uma predominância dos livros-textos.

Tabela 02: Distribuição de autores presentes em mais de cinco programas

Em mais de 10 programas	Sete a nove programas	Cinco e seis programas
Mauro Wolf (21)	Lucien Sfez (09)	Adriano Duarte Rodrigues (6)
Armand Mattelart (20)	Francisco Rüdiger (9)	Pierre Levy (6)
Umberto Eco (19)	Jesus Martin-Barbero (9)	Teixeira Coelho (6)
Lúcia Santaella (16)	Gabriel Cohn (9)	Daniel Bournoux (6)
Luiz Costa Lima (15)	John B. Thompson (8)	Jean Baudrillard (6)
Antonio Hohfeldt et alli (13)	Ciro Marcondes Filho (8)	Paul Watzlawick (5)
Marshall McLuhan (12)	Roland Barthes (8)	Eliseo Verón (5)
Melvin DeFleur & Sandra Ball-Rokeach (12)	Theodor Adorno & Max Horkheimer (7)	Ilana Politschuk & Aluizio Trinta (5)
	Pedro Gilberto Gomes (7)	Juan Diaz Bordenave (5)
	José Marques de Melo (7)	Luiz Beltrão (5)
	David K. Berlo (7)	
	Edgar Morin (7)	

Os autores mais citados, Mauro Wolf e Armand & Michelle Mattelart, não estão presentes com estudos originais de Comunicação, mas por seus livros-texto. O mesmo poderia ser dito a respeito do livro de Luiz Costa Lima, *Teoria da Cultura de Massa*, presente em 15 programas, ou de *Comunicação e Indústria Cultural*, de Gabriel Cohn, em nove. Embora seja a escola teórica mais presente nos programas, os autores da Escola de Frankfurt não estão entre os mais citados: Adorno e Horkheimer aparecem diretamente em apenas sete programas. Não há nem um único autor que seja considerado como apto a figurar na bibliografia de “Teoria da Comunicação” em todos os programas.

Em primeiro lugar, verifica-se uma concentração de autores efetivamente empenhados no desenvolvimento de reflexões sobre a comunicação humana em seus vários aspectos, mas guardando uma perspectiva da centralidade dos processos de comunicação, mediados eletronicamente ou não.

Identifica-se que há uma espécie de formação do desenho do campo, ao menos no que se torna visível pela interpretação da bibliografia: os livros mais citados em Teoria da Comunicação parecem se dividir em (a) livros sobre os meios de comunicação e suas relações com as dimensões sociais, políticas e psicológicas do humano; (b) livros sobre o humano explicado a partir de sua perspectiva comunicacional; (c) uma abordagem das interações humanas, mediada eletronicamente ou não, explicadas como processos semióticos de comunicação. Parece persistir, assim, uma certa dualidade, apontada por vários autores (FERREIRA, 2003; BRAGA, 2004; 2010; MARTINO, 2005; MARTINO, 2009), a respeito do que é o objeto da comunicação, se são os meios de comunicação ou as interações humanas.

Analisando o conjunto de autores citados em mais de um programa, é possível ter uma dimensão da elasticidade epistemológica do campo da Comunicação. A origem doutrinária dos autores ainda aponta para a predominância de ligações com outras áreas das humanidades, e é a partir daí que se pode observar em contornos talvez um pouco mais nítidos a “elasticidade” mencionada.

De um lado, nota-se a predominância das temáticas que contemplam, em algum momento, a centralidade dos meios de comunicação ou de aspectos culturais ligados a eles – seria o caso, por exemplo, das obras de Morin, Baudrillard ou Maffesolli que, em algum momento, discutem mídia. No entanto, talvez não esteja claro na mesma medida, por exemplo, a presença de autores como Geertz ou Hjelmslev: não se estaria aí no limite da Antropologia ou da Linguística? Se essas abordagens, temáticas e objetos constituem elemento de discussão em “Teoria da Comunicação”, quais seriam os critérios epistemológicos para definir os contornos da disciplina e da área?

Conforme se avança na observação dos autores citados, a aparente organização dos programas em torno dos eixos mencionados vai se tornando mais difusa, sugerindo com mais força a ausência de contornos nítidos do campo. Quando se passa à observação dos autores e obras citados por um único programa é possível perceber a quantidade de domínios, áreas e temas sancionados pela rubrica “Teoria da Comunicação”. Seria o caso de compreender a presença dessas obras como um recurso interdisciplinar ou como um indício de fraqueza epistemológica do campo?

De certo modo, a transformação de uma área do saber em uma disciplina específica é uma maneira de aglutinar poderes e forças em torno de um grupo de discussões comuns. Se não se deve talvez exagerar nessa perspectiva, vale recordar que a atribuição de sentidos, bem como a construção de disciplinas e áreas do saber, não se dá de maneira fortuita:

Há, pois, uma extensão enorme de fenômenos associados à palavra comunicação. Isso, se por um lado, tem como aspecto positivo desqualificar a idéia de disciplinaridade, por outro lado cria uma dependência de outros saberes, o que foi historicamente um dos maiores entraves à própria autonomização do campo (BARBOSA, 2002, p.74).

Essa pluralidade, bem como a mencionada “dependência”, parece se manifestar com especial propriedade quando se observa o amplo panorama delineado pelos programas de Teoria da Comunicação, de maneira a constituir um espaço próprio para a verificação de certa dispersão epistemológica da área.

Mais ainda, seriam essas teorias específicas “teorias da comunicação”? Seria o caso de pensar na advertência de Luiz C. Martino (2005) a respeito do tema, quando afirma que, “acompanhando esta tendência interdisciplinar, as teorias da comunicação, deveriam abarcar e talvez coincidir com o conjunto das teorias das ciências do homem, ou qualquer coisa próxima disso”? Isso implica reservar um espaço para pensar a questão interdisciplinar na construção dos currículos de Teoria da Comunicação.

A apresentação do campo da comunicação como “interdisciplinar” parece ser quase um consenso entre as pesquisas na área. Torna-se, portanto, necessário entender um pouco melhor essa definição presente em várias discussões sobre a validade teórica e os limites epistemológicos da Comunicação.

O estudo dos programas sugere que a maior parte dos trabalhos clássicos usados como “teoria da comunicação” foram escritos por pessoas oriundas de outros campos. A produção de textos sobre comunicação é subsidiária de métodos, teorias e conceitos de outros campos de conhecimento, sobretudo das ciências sociais. Em um estudo sobre os últimos cinquenta anos de pesquisa em Comunicação nos Estados Unidos, Bryant e Miron (2004:665) constatam, com ampla base empírica, que “uma considerável porção das teorias da comunicação utilizadas na pesquisa são derivadas da psicologia e da sociologia, com importantes contribuições do direito e da política”.

É possível argumentar, de saída, que essa articulação múltipla de saberes em Teoria da Comunicação de alguma maneira reflete as condições interdisciplinares da própria área de Comunicação, conforme apontada por vários autores (Barbosa, 2002). Se a Comunicação pode ser definida como uma área de cruzamento de saberes em torno de um grupo de objetos, é talvez coerente que a disciplina na qual essas discussões são o ponto central também de alguma maneira reproduza essa interdisciplinaridade.

Se é possível pensar a existência de uma ciência também como espaço discursivo, a formação de um corpo doutrinário significa o estabelecimento, mais ou menos consensual, das falas legítimas dentro dele, dos autores que serão acatados como passíveis de discussão – as “linhagens” e “percursos” da área da comunicação (MARTINO, 2005; FERREIRA, 2007).

A hegemonia de teorias, escolas e autores estrangeiros é clara. Pode ser justificada do ponto de vista da própria história da Teoria da Comunicação, vinda da Europa e dos Estados Unidos por conta do desenvolvimento em larga escala dos meios de comunicação de massa, uma das fontes do moderno pensamento sobre o tema.

Essa disparidade entre o que é ou deixa de ser pertencente à “teoria da comunicação”, seja como disciplina, seja como campo do conhecimento, área do saber ou qual outro nome se utilize é a parte mais externa do problema. Trata-se de encontrar um estatuto epistemológico *a partir* do qual seria possível identificar o princípio de uma teoria *da comunicação*.

Interrogações Finais

O que é, de fato, uma teoria *da comunicação*? A julgar pela pluralidade de autores, escolas, conceitos e teorias incluídos nos programas, há uma séria indefinição a respeito das fronteiras entre o que é um estudo de comunicação. Nota-se a aplicação de teorias sociológicas, psicológicas, antropológicas, filosóficas e mesmo matemáticas ao estudo da comunicação. Haveria, nesse caso, uma teoria *da comunicação* ou teorias *aplicadas* à comunicação?

Essa discussão parece ser o elo entre o ensino de Teoria da Comunicação e as questões epistemológicas da área. Nesse caso, a pertinência ou não de uma escola ou teoria estaria ligada diretamente ao que se entende por “comunicação”, bem como à maneira pela qual essas decisões efetivamente se materializam no discurso disciplinar de “Teoria da Comunicação” como um espaço particularmente apto, embora certamente não o único, para indicar algumas questões relativas aos problemas epistemológicos da área.

A dimensão acadêmica de um campo do conhecimento objetiva-se, entre outras coisas, na produção de um corpo doutrinário próprio, decorrente das pesquisas específicas na área. É preciso lembrar que:

as teorias das áreas vizinhas, mesmo quando tratam diretamente de comunicação, o fazem com atribuição de maior relevância a questões habituais da área própria, perante as quais os fenômenos comunicacionais são coadjuvantes – o que não ajuda no esforço de desentranhamento do “objeto comunicacional” e das questões pertinentes para o campo (BRAGA, 2007, p.26).

Dessa maneira, quanto maior a auto-referência doutrinária, maior o grau de autonomia relativa de um campo, argumenta Lovisolo (2002). Como ficaria, então, a situação paradoxal do campo da comunicação, que se apresenta como um campo interdisciplinar. Aos olhos de um crítico apressado, esse tipo de definição mostraria uma contradição nos termos, a saber, a enunciação da falência do campo ocorre em sua própria definição.

É possível notar, no exame dos programas de ensino e das bibliografias, a existência de uma espécie de “núcleo” principal, formado pelas teorias mais antigas, ao lado de uma considerável dispersão teórica e conceitual observável na medida em que, a julgar pela disparidade encontrada, virtualmente qualquer aglomerado de ideias pode ser incluído dentro dos estudos de Comunicação.

A construção de interfaces entre a Comunicação e outras áreas do saber parece ainda reforçar essa posição, fazendo com que em alguns momentos seja necessário algum esforço no sentido de verificar a efetiva pertinência de uma teoria à área de Comunicação. A presença de temas das chamadas “áreas afins” parece ser uma das características principais, o que pode, por outro lado, ser

lido também como um indício de certa fragilidade do campo no que diz respeito à constituição de um cânone teórico-metodológico.

Certamente é possível questionar, de saída, a necessidade disso: até que ponto a dispersão epistemológica não é, por si só, uma das características de riqueza da área? A pluralidade de objetos, métodos e conceitos implica também uma abertura que talvez não seja característica de todas as áreas do saber e, ao mesmo tempo, oferece um leque de opções ao pesquisador para a investigação de objetos que não necessariamente encontrariam seu espaço em outras áreas.

Observações pontuais auxiliam a pensar esta questão:

Nota-se a presença de uma espécie de um cânone mínimo englobando cerca de dez “teorias” ou “escolas teóricas”, assim como dez obras de referência. Para além desse limite, o índice de dispersão é considerável, mostrando um dissenso sobre o que pode ser incluído em “teoria da comunicação”, algo observado em pesquisas anteriores (PERUZZO, 2002; MARTINO, 2008; 2009). O baixo grau de coincidência sugere ao mesmo tempo uma área de abrangência muito grande e a inexistência de limites claros, o que remete à terceira consideração.

Em termos do que seria uma “grande teoria”, o campo não parece ter incorporado ao ensino nada posterior a 1987, com a publicação de *De los medios a las mediaciones*, marco inicial da “Teoria das Mediações”. A exceção é o grupo de títulos e autores sobre Internet em suas modalidades – cultura de rede, cibercultura, redes virtuais, etc.

Cabe observar a apropriação e permanência da “Escola de Frankfurt” pelo discurso da Teoria da Comunicação, fato constatado em pesquisas diversas nos últimos anos.

Um último aspecto leva em conta a formação docente: a amplitude do espectro de teorias apresentadas nos programas parece exigir de quem leciona Teoria da Comunicação um repertório apto a transitar por diversas áreas do saber, atravessando espaços da Filosofia, Ciências Sociais, Política e Letras, para não mencionar a Semiótica, o necessário conhecimento de História e mesmo de Lógica Matemática necessários para dar conta dos pontos do programa.

Gostaria de terminar retomando a pergunta do início: qual teoria da comunicação está sendo levada para as salas de aula? A pesquisa dos 31 programas de ensino sugere que existe um “núcleo central” constituído de cinco ou seis teorias, cercado por um oceano de diversidade. O desafio, para docentes, pesquisadores e, por que não, alunos, está na articulação desses conteúdos com a experiência cotidiana, transformada em uma prática significativa nos estudos de comunicação.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, M. *Paradigmas de construção do campo comunicacional*. In: Hohfeld, A. et alli. *Tensões e Objetos da Pesquisa em Comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2002.

BRAGA, J. L. *Comunicação, disciplina indiciária*. Trabalho apresentado ao GT Epistemologia da Comunicação, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

BRYANT, J. e MIRON, D. *Theory and Research in Mass Communication*. Journal of Communication. December 2004/Vol. 54 no. 4, p.665.

FELINTO, E. *Patologias no sistema da comunicação: ou o que fazer quando seu objeto desaparece*. In: FERREIRA, G. e MARTINO, L. C. *Teorias da Comunicação*. Salvador: Ed. UFBA, 2007.

FERREIRA, J. *Questões e linhagens na construção do campo epistemológico da comunicação*. In: FERREIRA, J. et alli. *Cenários, teorias e epistemologias da comunicação*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

LIMA, V. *Repensando as teorias da comunicação*. In: MELO, J. M. *Teoria e pesquisa em comunicação*. São Paulo: Intercom/Cortez, 1983, p. 86.

LOVISOLO, H. *Epistemologia prática do campo da Comunicação*. Trabalho apresentado ao GT Epistemologia da Comunicação, do XII Encontro da Compós, UFRJ, Rio de Janeiro: em junho de 2002.

MARTINO, L. C. *Apontamentos epistemológicos sobre a fundação e a fundamentação do campo comunicacional*. In: CAPPARELLI, S. et alli. *A Comunicação Revisitada*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MARTINO, L. M. *Teoria da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.

TEMER, A. C. *Teorizar é pensar a prática: uma reflexão sobre o ensino das Teorias da Comunicação nos Cursos de Jornalismo*. Texto apresentado no 10º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo – Goiânia-GO – 27 a 30 de abril de 2007.

Notas

1. Uma versão preliminar deste texto foi apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011. O autor agradece os comentários e sugestões dos colegas.

Epistemologias das Sociedades Ideais: Alguns sabores diferenciados possíveis em um espaço reflexivo

*Epistemologies of Ideal Societies: Some different and
possible flavors in a reflexive space*

Jairo Getulio Ferreira | ferreira@unisin.br

Professor Titular II do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Pós-doutor em comunicação pela UNR (Argentina). Formado em Jornalismo (UFRGS, 1982) e Ciências Econômicas (UFRGS, 1992), é mestre em Sociologia (UFRGS, 1997) e doutor em Informática na Educação (UFRGS, 2002), com sanduíche nos Arquivos Jean Piaget e na Unidade de Tecnologias Educacionais da School of Psychology and Education, University of Geneva (2000).

Resumo

O artigo discute as proposições de Erick Felinto (2011) sobre a epistemologia da comunicação. No artigo, discutimos alguns tópicos que consideramos centrais em seus argumentos: o reconhecimento das reflexões epistemológicas no Brasil, a diferença entre teoria e epistemologia, política e epistemologia, e a comunicação como objeto inclusive no âmbito dos processos midiáticos. Além de reiterar a questão de campo como um dos eixos de reflexão epistemológica e a centralidade da comunicação como objeto de perguntas e proposições da área, desenvolvemos a proposição da epistemologia como espaço clínico-reflexivo coletivo.

Palavras-Chave: Epistemologia, comunicação, objeto, campo, obstáculo

Abstract

The paper discusses Erick Felinto's propositions on epistemology of communication. In the article, we discuss some topics that we think are the core ones in their arguments: the recognition of epistemological reflections in Brazil, the difference between theory and epistemology, politics and epistemology and communication as object including in the scope of media processes. Besides reiterating the field issue as one of the axis of epistemological reflection and the centrality of communication as object of questions and propositions of the area develops the proposition of epistemology as a collective clinical and reflexive space.

Keywords: Epistemology, communication, object, field, obstacle

Sobre aqueles que refletem sobre sua disciplina, seus saberes ou seus métodos, paira hoje uma suspeita de inutilidade, de gasto luxuoso de tempo, que marcaria uma ausência de trabalho de pesquisa ou a chateação do trabalho “de campo”. Alguns desqualificam antecipadamente toda reflexão teórica, metodológica ou epistemológica como fútil, estéril, pretensiosa ou prolixa. Evidentemente esses são sempre os que tem um interesse todo particular em manter a situação da ordem científica, cuja teoria, metodologia e epistemologia decorrem naturalmente. Não tem nenhum interesse em ver a chegada de novas reflexões (forçosamente pretensiosas, malévolas ou estúpidas), sobretudo quando elas abrangem caixas conceituais que se acreditava que estavam fechadas para sempre. A desqualificação é sempre mais fácil e, em todo caso, e forçada a mostrar seu motor quando os que começam a refletir não abandonaram o caminho da pesquisa e voltam a ela mais animados, quando suas reflexões coletivas melhoram a qualidade de seus trabalhos empíricos e amplificam a sua imaginação sociológica em matéria de construção dos objetos. A reflexão teórica, metodológica ou epistemológica, quando é lição tirada do trabalho de pesquisa e convite a voltar a profissão, não tem nada de um antecedente inevitável e um pouco terrorista a pesquisa, que impediria a própria investigação por medo da falta cometida. Por outro lado, sua desqualificação sistemática e uma forma disfarçada de terrorismo intelectual!.

Bernard Lahire. *O Homem Plural*, Vozes, Página 13.

Introdução

Neste ensaio, dialogamos com perguntas e proposições de Erick Felinto (2011) em artigo publicado no congresso da Compós e, posteriormente, na revista Eco-Pós¹. A base é o texto apresentado na Compós, disponível da biblioteca do *site* da Associação. Nesse texto, Felinto desenvolve um conjunto de proposições encadeadas sobre a epistemologia do campo, a comunicação como objeto, articuladas em torno de sua perspectiva teórica e de investigação sobre as mídias digitais.

Nesse sentido, a citação acima de Lahire é uma crítica a todos os que, ao contrário de Felinto, se negam a um debate público sobre as diferenças. A atitude do pesquisador, pelo contrário, é de, paralelo à sua pesquisa específica e particular, desenvolver, no espaço epistemológico, as discussões correlatas que possam enriquecer o campo com suas descobertas.

De acordo com Francisco Pimenta, Felinto critica “a tentativa da definição do que seria, propriamente, ‘o campo comunicacional’, na medida em que essa estaria esvaziando os debates epistemológicos da área, que deveriam avançar e se aproximar, assim, da cibercultura” (Cf. PIMENTA, 2011). Neste artigo, o foco de nossa argumentação é sua proposição de que “já se viu como, no Brasil, boa parte dos esforços da teoria da comunicação tem se dedicado a legitimar o campo e prescrever procedimentos epistêmicos” (FELINTO, 2011, p. 10).

A importância dessa discussão está em replicar sua formulação em vários sentidos: primeiro, como resposta a uma fala endereçada, buscando elementos para o diálogo em cada uma de suas frases que considere pertinente; segundo, trata-se de uma tentativa de fidelidade às suas formulações, pois o citamos no

desenvolvimento de nossos argumentos; por fim, retomamos nossas argumentações originais (FERREIRA, 2003), e comentadas no artigo de Felinto, mas com uma atualização das proposições de então. Principalmente, se trata de dialogar com perspectivas críticas que podem, em nossa percepção, condensar um conjunto de ambiguidades em circulação na área sobre a epistemologia da comunicação, e do GT da Compós que tem esse tema como eixo.

O reconhecimento

No artigo citado, o reconhecimento da epistemologia como espaço de investigação na área da comunicação é colocado em tensão: de um lado, no Brasil, em queda; por outro, no plano internacional, em alta:

Tanto na Compós quanto na Intercom, a pequeníssima popularidade dos grupos de trabalho ligados à epistemologia da comunicação constitui apenas um fragmentário indício de uma situação mais ampla que se manifesta nas escolas de comunicação, seja em nível de graduação ou de pós-graduação. Tudo isso sugere que a chamada “teoria da comunicação” parece ser o patinho feio dos eixos articuladores de pesquisa no campo. Esse baixo apelo e os pequenos índices de produção acadêmica, em termos comparativos com outros recortes, chamam atenção precisamente em um cenário que, internacionalmente, se caracteriza por um interesse crescente pelas abordagens teóricas e por estudos de natureza exploratória. Por que razão isso acontece? Quais seriam os motivos dessa nossa “timidez teórica” e em que sentidos ela parece estar em choque com o que se passa no resto do mundo? (FELINTO, 2011, p. 2).

Essa proposição de Felinto (2011) não é tão evidente assim, dependendo dos dados evidenciados. Destaco minha concordância com Francisco Pimenta, quando afirma que:

Ao contrário (do que afirma Felinto – registro meu²), em sua última edição, de 2011, o GT foi um dos mais disputados em termos do número de inscritos, com trabalhos de excelente qualidade, vindos de pesquisadores reconhecidos na área, e atraiu público variado e numeroso. A taxa de renovação dos apresentadores de trabalhos foi de 80%, sendo notável a presença de iniciantes na carreira acadêmica. Nos anos anteriores, embora não tivesse atingido esses índices, a procura pelo GT esteve dentro da média dos demais. Deve-se considerar, ainda, o expressivo número de trabalhos de caráter epistemológico que vêm sendo apresentados em outros GTs da Compós, dos quais o próprio texto de Felinto é um exemplo. (PIMENTA, 2011, p. 2)

Nos processos de reativagem, há o reconhecimento dos coordenadores e de PPGs. Com seus dez anos de existência, o GT é um dos “irmãos mais velhos” da Compós. Ou seja, expressa uma preocupação, de certa forma consensual, existente nos PPGs da área da comunicação no Brasil. Se considerarmos que a epistemologia busca interpretações ao conjunto de questões direcionadas às relações entre sujeito e objeto, método e metodologia, disciplina e campo, o “tema” tem ocupado um espaço considerável nos últimos anos – bem além do que ocorre no GT. Mas não só. É objeto de reflexões críticas e desafiadoras de diversos pesquisadores da área.

Por outro lado, é verdade que, no plano internacional, há um fluxo de discussão do tema ‘epistemologia’. É um eixo constante dos três últimos encontros da Sociedade Francesa de Ciências de Informação e Comunicação³; um dos eixos do congresso da Alaic em 2012 (o eixo ‘campo e disciplina’)⁴ e; inclusive, o tema-pergunta da Intercom 2011 (“Quem tem medo da pesquisa empírica?”) pode ser abordado como epistemológico.

Portanto, há indicadores suficientes para concluir que, não só internacional mas também nacionalmente, o tema epistemologia tem um grau de reconhecimento. Esse reconhecimento é proporcional aos processos de anomia cognitiva, de ausência de referências compartilhadas, em termos de objeto, método e metodologias, e concepções sobre o caráter interdisciplinar, transdisciplinar ou multidisciplinar da área.

Ainda nesse aspecto – tensão entre o local e o internacional –, Felinto pergunta: “por que somos tímidos em produzir teorias?” (Cf. FELINTO, 2011). Essa preocupação deixa um fiapo para pensarmos sobre a importância da teoria, ou da epistemologia, de forma indissociável de um saber, pensamento e conhecimento internacional. Articular processualidades que ocorrem aqui, no Brasil, com o que ocorre internacionalmente nos parece ser uma das questões centrais do debate epistemológico. É mera coincidência o fato de que isso aparece, numa perspectiva, em um dos eixos do evento da Alaic em 2012⁵, parafraseando: para onde vamos? Para o norte, para o sul, ou lugar algum, ficando aqui, no local?

A força da questão epistemológica é correlata à infância ou maturidade de uma área de conhecimento, especialmente no Brasil, onde a produção dos campos epistemológicos enfrenta-se com a problemática das relações de poder e saber internacionais.

Um grande exemplo está na sociologia na década de 50, num processo contemporâneo à afirmação do núcleo de Florestan Fernandes, Fernando Henrique e Octávio Ianni, esse campo enfrentou esse embate epistemológico, liderado, em outro polo, por Guerreiro Ramos⁶. Nesse percurso da sociologia, percebemos caminhos em jogo para pensarmos essa relação entre as heranças teóricas (especialmente, do norte) e nossas reflexões, de nossos pares do sul e os locais. Elas indicam a importância da epistemologia (o debate da nascente sociologia brasileira como espaço acadêmico se nutriu da discussão sobre objeto e método, imbricado na discussão do étnico, do nacional e do internacional). Independente do caminho a ser construído, o principal, aqui, é superar o senso quase comum de que epistemologia é desnecessária como tema; que ela é resolvida na prática da pesquisa; que não é necessário pensar o que se pesquisa. Pelo contrário, mostra que o debate está “à flor da pele”, porque no Brasil – assim como na América Latina – as matrizes epistemológicas e teóricas estão em permanente tensão com os contextos sociais em mutação: democracia, nacionalismos, populismos, ditaduras, desenvolvimentismo; a questão da razão em diversas culturas, no ocidente, no oriente, no sul, no norte etc.

Relação com as teorias

Conforme a citação no início da seção acima, Felinto afirma que “tudo isso sugere que a chamada ‘teoria da comunicação’ parece ser o patinho feio dos eixos articuladores de pesquisa no campo” (FELINTO, 2011, p. 2). Há aí uma ambiguidade, que destacamos no sentido de elucidação. Em baixa, a epistemologia local; em alta, no plano internacional, a teoria. Essa justaposição dificulta a validade do argumento, pois se tratam de “produtos diferentes”.

Qual a diferença entre teoria e epistemologia? Compreendemos que uma teoria é um conjunto de relações evidenciadas sobre determinados processos que analisa. Na perspectiva que trabalhamos, à epistemologia interessa a compreensão do processo de construção, nas interações entre os pares, dessas relações teóricas ou hipotéticas. Uma epistemologia das práticas de investigação no campo acadêmico visa ações, interações, discursos, método e metodologias, delimitações de objetos, posições dos indivíduos em investigações, relações com as disciplinas e com o campo de conhecimento onde pretende estar inserido o esforço de construção teórica.

Na perspectiva que desenvolvemos aqui, epistemologia tem como objeto a análise do conjunto de operações (especialmente as lógicas, mas não só) de produção de conhecimento. Isso não exclui, como afirmamos, a observação de que há um processo, dinâmico, de reconhecimento e superação, constante, conforme os contextos de produção, desde os intra-institucionais, até o macro (antropológicos, sociológicos, político, psicológicos e tecnológicos).

O estudo deste processo requisita métodos diversos, como podemos observar em diversos trabalhos da área destinados a esse objeto (a epistemologia): entrelaçam lógica, filosofia, história (gênese), análise das transformações, das ações e interações, discursos e formas de legitimação dos estados (da arte) de conhecimentos socialmente construídos.

É, portanto, diferente de teoria. A teoria é um resultado dessas operações, sejam elas explícitas ou implícitas. Nesse sentido, num movimento reverso é possível descobrir as operações a partir da desconstrução do resultado dessas operações. Elas atingem ou não o plano das relações formais e, nesse sentido, podem ser também concretas, quando visíveis em determinadas ações e interações. Ou seja, há um saber (pensamento) comunicacional na sociedade que possui um fundo epistêmico, incluindo suas aparências, mesmo que não tenha a razão como princípio⁷, mas que tem uma continuidade em relação ao saber científico, impulsionado-o ou bloqueando-o (no sentido dos obstáculos epistemológicos).

O trabalho epistemológico de uma área – ou campo de conhecimento – é, nesse sentido, meta teórico, mesmo quando adota as tentativas teóricas como objeto de estudo.

A dificuldade das epistemologias de sociedades ideais

Outra ambiguidade se refere à nuance da norma (regra, relação, lei e códigos jurídicos e legislativos) como jurídico-política e da regra (ou norma) como fenômeno pertinente com processo de construção social do conhecimento. Vamos reunir as citações, em parágrafos, para evitar o diálogo sintagmático:

Um rápido inventário dos trabalhos apresentados nos encontros do GT de Epistemologia da Comunicação da Compós indica que temos feito investimento de tempo considerável na definição do que significa o “campo da comunicação”. Ainda que se reconheça (e seria muita ingenuidade não fazê-lo) que as considerações epistêmicas são sobredeterminadas por questões de ordem política e de outras naturezas, o tom dominante na maioria dos trabalhos é o da necessidade do estabelecimento de um locus de legitimação essencialmente epistemológico do discurso teórico sobre a comunicação. É imperativo estabelecer fronteiras, marcar territórios e prescrever procedimentos, independente da admissão de que o campo é, pelo menos em parte, uma ficção útil. Para muitos, inclusive, o que garantiria a suposta unidade do campo comunicacional seria a noção de mídia. (FELINTO, 2011, p. 3).

E, nesse parágrafo, em nota de rodapé, calcula Felinto, baseado na biblioteca da Compós, que “entre cerca de 90 trabalhos durante os anos de 2001 e 2010, pelo menos 35 tratam diretamente do tema – *do campo da comunicação (registro meu)*, sem contar os que o abordam de forma indireta ou acidental” (Cf. FELINTO), citando nosso texto (FERREIRA, 2003) como um exemplo disso. Nesse artigo, produzido há dez anos, proponho uma diferenciação entre campo acadêmico e campo epistemológico como chave para pensar a separação entre epistemologia e política. Nele construíamos uma crença epistemológica elaborada a partir de Bourdieu e Piaget, buscando, nesse último, chaves para pensar uma diferenciação em relação ao primeiro, incluindo a crítica à referência racionalista em Bachelard (e, nesse sentido, propúnhamos uma continuidade entre saber dito de “senso comum” e as epistemologias reunidas no campo acadêmico moderno, mais do que uma ruptura).

Ao invés de propor a descoberta de uma norma que regule a área de conhecimento, sugeríamos que essa norma devia ser investigada nas interações entre os pesquisadores, em suas construções (na época, chamei isso de estruturas interpretativas), compartilhadas e diferenciais. Certa de dose de idealismo, herança do marxismo, sustenta isso como possível, mesmo no meio de embates institucionais e de regulações pertinente com o jogo de interesses. Ou seja, em nenhum momento sugeríamos a definição de uma navalha. Pelo contrário, se tratava de uma posição inclusiva, de busca da interação entre os diferentes, como espaço de construção das normas compartilhadas do saber (algo como o autogoverno dos trabalhadores do saber).

Os limites e possibilidades da validade dessa proposição de norma (enquanto referência de produção do conhecimento, acentuo) são os contextos, enfim, em alguma medida, “as considerações epistêmicas são sobredeterminadas por questões de ordem política e de outras naturezas?” (FELINTO, 2011, p. 3). Mas, mesmo aí, a epistemologia se faz necessária para problematizar, questionar, tensionar, subtrair, das interações, mesmo que dominadas por outras normas, uma reflexão que permita a descoberta de relações possíveis e reais nos fenômenos analisados.

Ou seja, a norma não é um elemento estranho a um coletivo. Visto que pode ser resultado de uma obra coletiva. É quando a norma indica autonomia e capacidade de autogoverno de coletivos. Na ausência deste, em geral, a entropia e a anomia produzem forças contrárias – normas exógenas, heterônomas, autoritárias, para disciplinar a utilização dos recursos escassos. É quando a política se faz autoridade do saber, com suas formas e normas específicas. A política substitui, então, o conhecimento epistêmico.

Mas não se restringem a isso os limites dos processos de normatividade internas. As transformações históricas, a crise da ciência moderna e do Estado⁸, da própria razão, colocam em questão os formatos de regulação e institucionalização inclusive dos campos acadêmicos. Felinto indica esse processo na perspectiva de ocorrência interna à área:

Apesar do grande êxito, mesmo certas zonas nas adjacências deste pólo não foram completamente revitalizadas pelo Pólo do Rio Antigo (ou da Lapa). Ou seja, os interesses dos empresários locais e a ação do Estado não re-significou completamente algumas partes da periferia do pólo. Assim, nos locais em que a lógica mercantil ou instrumental do Estado não tem sido efetiva, o ativismo musical (a lógica sensível) tem se feito presente de forma fundamental. Inclusive, vários frequentadores entrevistados no levantamento preliminar realizado afirmam que localidades como a da Rua Monte Alegre e a Praça Tiradentes, especialmente após o horário do *happy hour* ou à noite, são áreas em que – até bem pouco tempo atrás – temiam circular. Referem-se ao contexto atual em que se instalam temporariamente ali respectivamente os grupos musicais de jazz – no caso o *Monte Alegre Hot Jazz Brasil* e o *Nova Lapa Jazz* – como um momento importante de “re-ocupação” e ampliação do “direito a cidade”.

De fato, em muitos dos estudos sobre o tema, parece tratar-se de uma angústia que apenas uma boa terapêutica epistêmica poderia curar... No artigo de Nordenstreng, o termo ‘busca espiritual’ (soul searching) é tão sintomático quanto as “angústias do campo” de Ferreira. Em uma situação em que muitas das antigas certezas parecem evaporar por completo, o pesquisador da comunicação vê se esvaírem os fundamentos epistêmicos que lhe garantiam um mínimo de identidade profissional e institucional (FELINTO, 2011, p. 4-5).

Nesse aspecto, várias questões retornam à problemática do campo, duas décadas depois dos primeiros de registro da crise dos paradigmas: o que é um campo em sociedade em processo de dispersão e crise dos próprios campos? Como compreender norma e campo quando a questão do indivíduo eclode no cenário fora do campo ou contra o campo? Como isso atravessa o campo acadêmico e a epistemologia construídos em nome do científico?

Essas questões estão atualizadas também pela diferenciação entre o senso comum e as práticas, que é central para compreender as “epistemologias espontâneas” (inferências) produzidas na cultura, assegurando

a perspectiva do senso crítico. O senso comum reúne um amálgama de percepções, discursos, intuições, sensações, ações e interações que abrangem usos e práticas. Diverso das práticas, que são esquemas, estruturas ou sistemas de produção do social estabilizados, aceitos, compartilhados, exatamente porque inferidos no processo histórico que os produz, sendo requisitos a coordenação de ações sociais – incluindo suas relações e interações com a natureza.

A epistemologia que emerge das práticas pode ser referência e identidade de uma determinada sociedade – inclusive daquilo que possamos solicitar como sociedade da comunicação – com suas singularidades. Esse sentido fortalece as epistemologias das práticas de ofícios, mas a elas não se restringe, na medida em que são particulares às práticas midiáticas, mas desde que também em relação com outras práticas sociais em construção nos processos de comunicação.

O limite dessa perspectiva decorre da própria fragilidade e fugacidade das práticas em determinadas formações, como é o caso do Brasil. Inversamente, se fortalecem os processos de usos e interações. O aqui e agora tende a um peso maior do que as heranças de esquemas, estruturas e sistemas do passado, e sua conservação no futuro:

Essa tendência vem se sobrepondo e superando (inclusive no sentido de integrá-la) outra epistemologia que teve seu apogeu na área: as epistemologias da linguagem. Mas por que essa epistemologia, a da linguagem, perde espaço na área? No âmbito das relações que estamos estudando, a fragilidade das epistemologias da linguagem decorre da tensão, não resolvida socialmente, entre linguagem, sentido e discurso. Nas sociedades das práticas (um tipo de sociedade ideal⁹), as relações entre linguagem, sentido e discurso são dissonantes, mas preenchidas por ressonâncias diversas que produzem um senso partilhado do social. E, nesse sentido, as epistemologias da linguagem são centrais para compreender os processos sociais. Nas sociedades dos usos e interações (outra sociedade ideal), os códigos de linguagem são esgarçados, traídos, subtraídos e transformados em códigos outros, inferidos, das interações.

Essa característica de nossa formação social e comunicacional tende a enfraquecer o valor do trabalho epistemológico nos termos clássicos como se colocou nas sociedades hegemônicas pelas práticas (como, por exemplo, na Europa). Perante essa fragilidade, há uma tendência em buscar uma epistemologia que adota, como referência, a técnica (incluindo soluções do tipo o jornalismo como forma de conhecimento; uma epistemologia diferenciada conforme técnicas de relações públicas, publicidade, cinema etc.), quando não a própria tecnologia (a exemplo das tecnologias digitais fundando uma nova epistemologia). A sociedade tecnológica emerge, aí, como a terceira sociedade ideal.

Ponderações sobre as materialidades

Nesse ponto, podemos refletir a problemática das materialidades da comunicação. Coerente com sua formulação anterior, Felinto traz uma série de proposições e questões de cunho epistemológico, relacionadas à sua perspectiva de pesquisa. Seguindo a ordem lógica de nossa argumentação, destacamos de seu artigo as seguintes proposições: crítica ao esquecimento da componente tecnológica e dos meios nos estudos de comunicação; um retorno a esse tema como pressuposto do fortalecimento das reflexões teóricas da área, tomando considerações, em especial, as “mídias digitais”. Em passagem substancialmente epistemológica, se alinha com a retomada do debate dos modelos teóricos da comunicação e questiona, ao mesmo tempo, a comunicação como objeto válido nos estudos sobre as mídias.

Sobre as tecnologias e sobre os meios, destacamos dois parágrafos. Numa ordem que segue nosso argumento, o primeiro, quando afirma que:

E, notadamente, a história das teorias e dos métodos de pesquisa em comunicação apresenta um viés quase que exclusivamente hermenêutico. De análise de conteúdo aos estudos de recepção, trata-se essencialmente de interpretar sentidos. Nesse circuito, o componente propriamente tecnológico e material dos meios foi quase que inteiramente esquecido (FELINTO, 2011, p. 6).

E num parágrafo anterior, que é sua proposição inicial no artigo:

Além disso, quero sugerir que é no horizonte dos estudos de mídia (mais especificamente, as novas mídias digitais) que talvez possamos encontrar elementos para um resgate da importância e dignidade da teoria (FELINTO, 2011, p. 2, grifos do autor).

Interessante o uso do termo “dignidade”. Um sintagma que nos convida a pensar a área em suas pretensões de respeitabilidade, amor-próprio, de consideração em si como produtora de conhecimento. Algo que já foi dito em outros textos importantes neste GT. Imagens convexas que ampliam nossa percepção, naquele ano, de crise de identidade, tendo como referência a metáfora do ego, no caso, coletivo, em construção (e, por isso, a angústia perante as incertezas). Lugar de chegada das epistemologias apelativas.

Nesse espaço, Felinto sugere que uma das relações que pode nos proteger (digo, transicionalmente) é definida pelas transformações dos processos de comunicação derivados das mídias digitais:

“Em trabalho bastante inovador no contexto de então, Afonso Albuquerque indicou como as novas mídias digitais colocaram em cheque os modelos teóricos tradicionais (e mesmo a identidade do campo) da pesquisa em comunicação, até então pautada pelo paradigma emissor-mensagem-receptor (E-M-R) característico da mass media research (2002) (FELINTO, 2011, p. 6).

Aqui uma concordância (como todos os riscos de seus efeitos ideológicos em nossa argumentação), pode ser reduzida com uma observação: o conjunto de pesquisas e autores que se referem à transformação dos processos de comunicação em relação às mídias digitais. Ou seja, esse foco de problematização torna-se,

especialmente na primeira década deste século, quase zona compartilhada de diversas pesquisas e discursos da área sobre as mídias digitais. Podemos citar desde autores reconhecidos internacionalmente (MIÉGE, 2012; PROUXL, 2010), passando por nossos pares (FELINTO, 2011; PIMENTA, 2011), numa rede que envolve teses e dissertações em produção (em diversos programas de pós-graduação). A ocorrência ou não de referência ao modelo canônico da comunicação (emissão-mensagem-recepção) é no âmbito desse objeto quase compartilhado, parte das escolhas teóricas dos pesquisadores, orientadores etc. Temos, aqui, um jogo, não finalizado, em desenvolvimento, sobre esses processos de transformação da comunicação vinculados às mídias digitais.

As pesquisas sobre isso estão em curso. A dificuldade está em reduzir o escopo dessas pesquisas aos ideais da cibercultura, ao invés de reconhecer que suas hipóteses, proposições e formulações devem ser integradas e diferenciadas em relação a outras possibilidades analíticas – ou, retomando nossos termos, a outras sociedades ideais (a das práticas, das interações, da técnica, do discurso etc.). A homologia que lembramos aqui é bem simples: os marxistas brasileiros acreditando que a luta de classes no Brasil ocorria como na Europa, agiram como se assim fosse. A sociedade da luta de classes (outra sociedade ideal), aqui, todos sabemos, não era a mesma.

Essa aproximação ao cerne do debate epistemológico provocado por Felinto nos permite comentar o último ponto que destacamos de seu texto:

Será, de fato, que hoje o papel central dos meios de comunicação é ‘comunicar’? Ou terão eles prioritariamente outras funções ligadas à regulação social e à produção de experiências de natureza não semântica? (FELINTO, 2011, p. 7).

A pergunta expõe a sua própria ambiguidade. Só um pesquisador contaminado pela ideologia dos meios pode ter a crença que “o papel central dos meios de comunicação é “comunicar” (FELINTO, 2011, p. 7). A pergunta talvez seja inversa: o que há de comunicação nos chamados meios de comunicação? Essa pergunta, inclusive, contempla outra: “ou terão eles prioritariamente outras funções ligadas à regulação social e à produção de experiências de natureza não semântica?”. Duas perguntas, assim, certamente produzem mais pesquisa empírica do que perguntas alinhadas à proposição de partida.

Ou seja, numa perspectiva epistemológica, essas perguntas não são excludentes. Só podem ser excludentes quando os pressupostos são definidos por sociedades ideais

Espaço clínico e público

Para efeitos de simples de argumentação (embora isso possa ser considerado teórica e filosoficamente), sugerimos, como “elo” de uma tentativa de conclusões, uma proposição: o ponto central da área continua sendo a pergunta sobre o que é e como existe comunicação, inclusive, e, especialmente, quando se investiga os

processos em torno do tema mídia. Isso não nega a proposição feita por muitos de que a comunicação não existe e, talvez, nunca tenha existido. Que tenha se transformado, no século passado, na última das utopias (PROUXL, 2011).

Retomo aqui as metáforas para pensar isso: seria a comunicação um objeto perdido? Isso porque não o encontramos, porque nos perdemos com ele ao buscá-lo em labirintos ininteligíveis. Perdido porque não é possível recuperá-lo, desamparado, um *objeto-flaneur* contagiado por sua evanescência? O que fazer perante isso, na perspectiva epistemológica? Uma perspectiva epistemológica está comprometida em investigá-lo, mais do que defini-lo com precisão, de maneira que possa encerrar e finalizar a própria investigação.

Trata-se, nesse sentido, de uma relação mais generosa. Se alguns optam, perante a percepção de que algo se ausenta nas interações – a comunicação –, pelo pensamento crítico, temos que encarar a função epistemológica dessa posição de um quase canibal, que se alimenta com restos e fragmentos discursivos sobre o objeto perdido, lembrando-nos o risco da melancolia. Nesse caso, perante o sofrimento decorrente da dificuldade de encontrar o objeto ausente, podemos nos recolher em cavernas como ermitões.

Outros, ao optar pela transferência, tendem, muitas vezes, ao delírio: veem comunicação em tudo, ou seja, transferem esse objeto para todos os outros que enxergam, inclusive quando falam de mídia.

O espaço epistemológico, nesse sentido, deve observar mais que a norma (ou essa é a sua norma, em nossa perspectiva), deve buscar o descentramento perante a diversidade, aceitando a provocação pública de seus pressupostos, pois é disso que sobrevive. Ou seja, não se apega a paradigmas, mas sim às perguntas cruzadas, às diversas proposições em jogo no exercício reflexivo. Nesse sentido, trata-se de um tipo de clínica diversa da psicanalítica: uma clínica sócio-epistêmica. Nesse sentido, sim, pode ser, uma “boa *terapêutica epistêmica*” (Cf. FELINTO, 2011, p. 3, grifos do autor).

Mas para bem realizar o processo clínico coletivo, é necessário aguçar os sentidos, diferenciar os sabores distintos, superando o delírio e a melancolia. Qual o sentido desse esforço?

1. Tentar superar práticas, usos e interações correlatas aos olhares que desenvolvemos, mesmo que isso requisite uma postura resistente perante os limites contextuais em que estamos. Ou seja, trata-se de investigar as sociedades ideais, mais do que afirmá-las (ideologicamente).
2. Desenvolver um refinamento de premissas que questione as sociedades ideais.
3. Nesse sentido, a pesquisa deve superar as próprias tautologias, ou seja, as minhas/nossas sociedades ideais.
4. E, com esses esforços, produzir novas interações entre os pares – incluindo aí os em formação.

Referências Bibliográficas

- BOURDIEU, P. *Coisas ditas*. São Paulo, Brasiliense, 1990a.
- FELINTO, Erick. *Da teoria da comunicação às teorias da mídia*. Ou, temperando a epistemologia com uma dose de cibercultura. Artigo foi apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura”, do XX Encontro da Compós, na UFRGS, Porto Alegre, RS, em junho de 2011.
- FERREIRA, Jairo. *Campo Acadêmico e Epistemologia da Comunicação*. In GT EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO DA COMPÓS, 2003, Recife. Anais... Recife: UFPE, 2003.
- FREUD, Sigmund. *Luto e melancolia* (1915). ESB, vol. XIV. Rio de Janeiro: Imago, 1969.
- LAHIRE, Bernard. *O homem plural*. Vozes, 2003.
- LIEDKE FILHO, Enno D. 2003a. *Sociologia Brasileira: tendências institucionais e epistemológico-teóricas contemporâneas*. Sociologias, Porto Alegre, ano 7, nº 14, jul/dez 2005, p. 376-437.
- MIÉGE, Bernard e VINCK, Dominique. *Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements*. Paris: Éditions des Archives Contemporaines. 2012.
- PIMENTA, Francisco José Paoliello. *Jogos, Redes Sociais e a crise no campo da Comunicação*. Trabalho apresentado ao Eixo Temático “Jogos, Redes Sociais, Mobilidade e Estruturas Comunicacionais Urbanas”, do V Simpósio Nacional da ABCiber, na UFSC, Florianópolis, SC, em novembro de 2011
- PROULX, Serge . *Web Social: Mutation de la Communication*. Paris: PUF, 2010

Notas

1. Revista Eco-Pós V. 14, N. 1 de 2011.
2. Pimenta comenta a seguinte passagem do artigo de Felinto: “Os números são, de fato, bastante desanimadores. Nos anos de 2007 e 2008, por exemplo, o GT “Epistemologia da Comunicação” da Compós, recebeu respectivamente, apenas 9 e 12 trabalhos. No ano de 2002, o GT contou com apenas seis pesquisadores. Infelizmente, o site da associação não registra dados de outros anos. Cf. www.compos.org.br.”
3. Em 2008, sob o título “Epistémologie des SIC : émergences, opportunités, affirmations”; em 2010, “Regards, lectures, épistémologie en SIC”; 2012, “Epistémologie et conditions de la recherche en information – communication”. Ver em <http://www.sfsic.org/accueil>.
4. O eixo é intitulado “La construcción del campo comunicacional: ciencias sociales, tecnologías y diálogos transdisciplinarios”. Ver em <http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/ejes>.
5. No eixo intitulado Comunicación y pensamiento crítico latinoamericano: interculturalidad y decolonialidad, se discute. Mestizaje, hibridación, procesos de

aculturación y conformación de nuevas identidades culturales, han signado los fenómenos ante los que el pensamiento sobre comunicación en nuestro continente ha tenido que enfrentarse. El debate sobre las particularidades de estos procesos sigue abierto y reclama un nuevo impulso, en un contexto mundial propicio para ello. Tras la hegemonía de discursos neoliberales y posmodernos en tanto nuevas versiones provenientes de los centros occidentales de concentración de poder, se vislumbra el espacio para la construcción de perspectivas alternativas. Perspectivas críticas de los modelos y matrices que sostenían y sostienen las relaciones de subordinación y negación de las singularidades propias del mosaico de culturas latinoamericanas. Que proponen diálogos interculturales con saberes y epistemologías habitualmente ignoradas o desvalorizadas, como las provenientes de los pueblos originarios del continente. ¿Cuáles pueden ser las vías de desarrollo para un pensamiento autónomo, que escape a las dicotomías propias de la modernidad occidental y a las parálisis de la posmodernidad en tanto acabamiento y sojuzgamiento de toda emancipación? ¿Qué papel juega la diversidad y el rico patrimonio de herencias culturales presentes en nuestro continente para poder pensarnos desde otro lugar, de otra manera, más allá de la colonialidad? ¿Cómo se ubican los estudios de comunicación en este debate?

6. “Os anos 50 foram marcados também pelo surgimento da proposta de uma “Sociologia Autêntica”, nacionalista, que buscava contribuir para o processo de libertação nacional e que tem na obra de Guerreiro Ramos (1957 e 1965) sua referência principal. Teoricamente, a controvérsia entre Guerreiro Ramos e Florestan Fernandes dominou a cena da comunidade sociológica brasileira durante esse período, tendo por fulcro central a questão da particularidade e/ou universalidade do conhecimento social produzido no Brasil” (Lidke, 2000, 386). A crítica de Ramos era epistemológica: “Simetria, sincretismo, dogmatismo, dedutivismo, alienação e inautenticidade são as características da “sociologia enlatada” ou “sociologia consular”. A simetria e o sincretismo devem-se à adoção imediata, geralmente por justaposição, das orientações européias e norte-americanas mais recentes, sendo que “as orientações e tendências aparecem aqui, simetricamente, na mesma ordem em que surgem lá”, e “os nossos autores estão sempre dispostos a fazer aqui a conciliação de doutrinas que, nos próprios países de origem, são incompatíveis” (Ramos, 1957, p. 20). O dogmatismo “consiste na adoção extensiva de argumentos de autoridade na discussão sociológica, ou em certa tendência a discutir ou avaliar fatos através da mera justaposição de textos de autores prestigiosos” (Ramos, 1957, p. 20). O dedutivismo decorre diretamente do dogmatismo, pois “desde que se empresta aos sistemas estrangeiros o caráter de validade absoluta, eles passam a ser tomados como pontos de partida para a explicação dos fatos da vida brasileira” (Ramos, 1957, p. 21)... A alienação da Sociologia brasileira decorre de que ela não é, em regra, fruto de esforços tendentes a promover a autodeterminação de nossa sociedade, sendo que o sociólogo brasileiro tem realmente assumido uma atitude perfeitamente equivalente à do estrangeiro que nos olha a partir de seu contexto nacional e em função deste nos interpreta (Ramos, 1957, p. 22). A inautenticidade “é o que resulta de todas as características anteriores”, pois, “o trabalho sociológico, em nosso país, não se estriba em genuínas experiências cognitivas”, sendo que, “em larga escala, as categorias e os processos que o sociólogo indígena usa são recebidos, por ele, pré-fabricados” (Ramos, 1957, p. 23).” (idem, p. 393-4).
7. “A ação comandada pelo ‘sentido do jogo’ tem toda a aparência da ação racional que representaria um observador imparcial, dotado de toda informação útil e capaz de controlá-la racionalmente. E, no entanto, ela não tem a razão como princípio. Basta pensar na decisão instantânea do jogador de tênis que sobe à

rede fora de tempo para compreender que ela não tem nada em comum com a construção científica que o treinador, depois de uma análise, elabora para explicá-la e para dela extrair lições comunicáveis. As condições para o cálculo quase nunca são dadas na prática: o tempo é contado, a informação é limitada, etc. E, no entanto, os agentes fazem, com muito mais frequência do que se agissem ao acaso, 'a única coisa a fazer'. Isso porque, abandonando-se às intuições de um 'senso prático', que é produto da exposição continuada a condições semelhantes àquelas em que estão colocados, eles antecipam a necessidade imanente ao fluxo do mundo" (Bourdieu, 1990a:23).

8. Ver, sobre isso, debate entre sociólogos francófonos: <http://congres2012.aislf.org/pages/page12.php>.
9. Falo em sociedade ideal de forma homóloga como Weber fala de tipos ideais, mas também direcionada a formas utópicas.

Os Fundamentos Científicos da Comunicação: Uma crítica flusseriana a comunicólogos brasileiros e seus desdobramentos epistemológicos¹

The Scientific Foundations of Communication: A critique to Flusserian communicologists from Brazil and its epistemological developments

Michael Hanke | michaelhankebeaga@yahoo.com.br

Professor Adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA), no Departamento de Línguas e Literaturas Estrangeiras Modernas (DLLEM), e Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM).

Resumo

Pouco, ou, se comparado com os períodos anterior e posterior, menos é sabido sobre a época francesa de Flusser. Uma de suas atividades, como comprovam documentos do Arquivo Flusser, foi a elaboração de pareceres sobre livros brasileiros, com a finalidade de julgar o mérito para tradução e publicação na França. Trata-se, pelo menos, de três livros analisados por Flusser: “A Comunicação do Grotesco”, de Muniz Sodré, “Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)”, de Luiz Beltrão, e “Fundamentos Científicos da Comunicação”, de vários autores cearenses. Os pareceres, com destaque ao último, e seus desdobramentos serão analisados em seguida. O artigo joga luz sobre um capítulo desconhecido da epistemologia e cientificidade da comunicação na década de 70a

Abstract

Little, or if compared with the periods before and after, less is known about the French time of Flusser. One of its activities, as evidenced by documents from the Flusser File, was the development of opinions about Brazilian books, in order to judge the merit for translation and publication in France. It is at least three books analyzed by Flusser: “The communication of the Grotesque,” by Muniz Sodré, “Mass Society (Literature and Communication)” by Luiz Beltrão, and “Scientific Foundations of Communication”, several authors from Ceará. The opinions, especially the latter, and its consequences will be discussed below. The article clarifies an unknown chapter of epistemology and scientific communication in the 70.

O “É pela grande força do presente
que deve ser interpretado o passado.”

*Friedrich Nietzsche*²

Introdução

A biografia e a obra de Flusser, devido a uma série de pesquisas e publicações, hoje é relativamente bem conhecida. Isso vale para a fase brasileira até 1972, assim como para a fase europeia, especificamente a fase dos trabalhos em alemão após 1978, mais ou menos. Menos conhecida são as atividades de Flusser entre essas datas, após sua chegada primeiramente na Itália, em Merano, em maio de 1972 e depois da mudança para a França em 1973, e 1978 (detalhes sobre as posições como professor visitante e demais atividades de publicação em Sander (1997, p. 11)).

Uma das atividades nas quais Flusser se empenhou foi a elaboração de pareceres de livros brasileiros sobre comunicação com a finalidade de averiguar o mérito para tradução e publicação na França. São pelo menos três, preservados no Arquivo Flusser, e eles tratam dos livros “A Comunicação do Grotesco”, de Muniz Sodré, “Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)”, de Luiz Beltrão, e “Fundamentos Científicos da Comunicação”, este último escrito por vários autores.

Esses pareceres são escritos em inglês e datam provavelmente de 1973. Isso porque o manuscrito do livro *La force do Quotidien*, publicado pela editora *Maison Mame* em 1973, foi escrito por Flusser em inglês e traduzido para o francês, sendo que Flusser, como afirma Klaus Sander, um dos melhores conhecedores do autor naquela época (que o acompanhou nas viagens na Alemanha), ainda se sentia inseguro na língua francesa (SANDER, 1997, p. 11)³. Já *Le Monde codifié*, de 1974 (depois publicado como artigo intitulado *O mundo codificado* no livro homônimo em 2007 (FLUSSER, 2007)), é uma conferência ministrada em francês por Flusser, “Professeur de Communicologie à l’Université de São Paulo au Brésil” (1974, p. 3), em maio de 1973, e publicado em francês.

Os pareceres foram destinados e endereçados, obviamente, para a editora *Maison Mame* e sua série “Collection Medium”, na qual publicou vários livros entre 1970 e 1972. Entretanto, segundo minhas informações, a editora entrou em falência em 1975.

Primeiros Desdobramentos

Estas observações permitem os seguintes primeiros desdobramentos:

1. A obra de Flusser é multilíngue. Além do português e do alemão, apresenta-se também inglês e francês. O acesso à obra passa por estes idiomas.
2. O caso mostra que não pode ser considerada confiável a chamada biblioteca de viagem de Flusser no Arquivo Flusser. Nenhum desses livros com pareceres realizados por Flusser aparece na lista publicada em *Kommunikologie weiter denken* (FLUSSER, 2009, p. 285-97). Conclusões a partir dela devem ser feitas com muito cautela.

O livro *Fundamentos Científicos da Comunicação*

O livro *Fundamentos Científicos da Comunicação* foi editado pela renomada Editora Vozes, em Petrópolis, na Coleção “Meios de Comunicação Social”, série “Manuais”, pelo conselho editorial de José Marques de Melo (São Paulo), Luiz Beltrão (Brasília) e Teresa Lúcia Halliday (Recife). A data da primeira edição é de 1973 e coincide com a produção do primeiro dos dois textos que compõem o livro *Kommunikologie* (1998), a Teoria de Comunicação de Flusser, (“Umbruch der menschlichen Beziehungen?”, escrito entre 1973 e 1974, e o segundo, *Vorlesungen zur Kommunikologie/Kommunikationstheorie* Luminy, em 1977).

O livro é composto pela introdução e seis capítulos:

- Fundamentos Biológicos da Comunicação, de Expedito Teles,
- Fundamentos Antropológicos da Comunicação, de João Pompeu de Souza Brasil,
- Fundamentos Psicológicos da Comunicação, de José Maria Nascimento Pereira,
- Fundamentos Sociológicos da Comunicação, de E. Diatay Bezerra de Menezes,
- Fundamentos Lingüísticos da Comunicação, de Marcondes Rosa de Souza,
- Fundamentos Filosóficos da Comunicação, de Adísia Sá.

Na verdade, falar em comunicólogos não é completamente correto, porque somente Adísia Sá é professora-assistente do Departamento de Comunicação, porém, enquanto professora-adjunta, ela é da Faculdade de Filosofia do Ceará. O autor dos fundamentos biológicos da comunicação, Expedito Teles, é professor de Cosmologia e Fundamentos de Biologia da Faculdade de Filosofia do Ceará. O autor dos fundamentos antropológicos da comunicação, João Pompeu de Souza Brasil, é professor de Antropologia, assistente na Faculdade de Ciências Sociais e Filosofia da UFC e titular na Escola de Serviço Social do Ceará. José Maria Nascimento Pereira, professor de Psicologia, Psicologia Médica e Psicologia Dinâmica (assistente na Faculdade de Medicina da UFC, titular na Escola de Serviço Social de Fortaleza e contratado pela Faculdade de Filosofia do Estado do Ceará). O autor dos fundamentos sociológicos da comunicação, Diatay Bezerra de Menezes, professor do Departamento de Sociologia da UFC e de Sociologia e Psicologia Social da Faculdade de Filosofia do Ceará. O autor dos fundamentos linguísticos da comunicação, Marcondes R. De Souza, professor de Comunicação em Língua Portuguesa do depto. de Letras Vernáculas da UFC e da Faculdade de Filosofia do Ceará. Levando em conta a procedência dos autores, podemos afirmar que nenhum deles é da área da comunicação. Entretanto, como publicam *Fundamentos Científicos da Comunicação*, deveriam ser, sim, considerados comunicólogos.

Como autores do livro, constam na capa “vários”, enquanto na folha de rosto figura uma coordenadora, Adísia Sá (não uma organizadora). Porém, a introdução do livro não foi, como era de esperar, escrita por Adísia Sá, mas por Bezerra de Menezes.

A obra nasceu, segundo Menezes, da iniciativa “da professora Adísia Sá, encarregada do ensino desta disciplina no Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Ciências Sociais e Filosofia, da Universidade Federal do Ceará, e do apoio que lhe proporcionou o professor José Marques de Melo, da Universidade de São Paulo” (MENEZES, 1973, p. 9). Ela estava à frente da “tarefa derrotante [...] de desenvolver um programa de fundamentos científicos da comunicação [...] para os alunos do Curso de Comunicação Social”, uma “matéria tão vasta” que não pode ser resolvida por uma disciplina só, “mas sim por um conjunto delas” (MENEZES, 1973, p. 9). Mas ela não recuou e conseguiu, “de várias Escolas de Comunicação, o programa dessa ‘disciplina’, e ocorreu-lhe a ideia de coordenar um grupo polivalente e interdisciplinar que, de acordo com o plano previamente discutido, elaborasse um livro de texto para preencher as necessidades nesta área e facilitar o desempenho de inúmeros professores da matéria espalhados pelo país.” (MENEZES, 1973, p. 9) A importância ou melhor necessidade de estudar a comunicação está, segundo Menezes, na onipresença dela:

... é a partir do momento em que o homem inicia a manipulação simbólica de seu ambiente e de si mesmo, é a partir do instante em que a linguagem e a comunicação – o que implica convivência social e intercâmbio cultural – permitem-lhe a criação de sistemas de ação altamente complexos e variados, é a partir daí que o homem se torna verdadeiramente humano. (MENEZES, 1973, p. 10)

Menezes cita ainda “o criador da Cibernética”, Norbert Wiener, segundo o qual a “*linguagem é o maior interesse e a consecução mais característica do homem*”, responsável pelas conquistas do processo de hominização, cunhado pelas três características do raciocínio abstrato, ou seja, o pensamento hipotético-dedutivo, da “sua capacidade *técnica*, ou seja, a habilidade de confeccionar e usar instrumentos ou artefatos”, e “a sua capacidade de comunicação através de símbolos, especialmente por meio da linguagem” (MENEZES, 1973, p. 10). Como na humanidade tudo parece girar em torno de sua sobrevivência e de sua convivência em grupos sociais, “todos os problemas científicos e tecnológicos, a saber, as questões teóricas e pragmáticas com que nos defrontamos são a muitos respeito problemas de comunicação” (MENEZES, 1973, p. 10), motivo pelo qual “*o homem e a informação se colocam como pontos de referência cruciais*” (MENEZES, 1973, p. 11). E nas sociedades contemporâneas cresce “o volume e a complexidade de informações de toda ordem”, produzindo, aspecto paradoxal, uma “explosão da ignorância” (MENEZES, 1973, p. 11). Enfim, a necessidade de estudar os fundamentos da comunicação se dá porque, “em última análise, todo conhecimento humano se converte em experiência transmissível (comunicação) e em saber aplicável (numa ‘práxis’)” (MENEZES, 1973, p. 11).

O livro se encontra, na opinião de Menezes, diante do problema de “que é praticamente impossível esgotar as dimensões de um fenômeno tão amplo e complexo como a comunicação” (MENEZES, 1973, p. 11). Ele ainda lamenta que falte o capítulo sobre os fundamentos matemáticos da comunicação (não entregue pelo autor encarregado): “imperdoável’ porque ‘se trata de uma das dimensões mais fecundas na análise dos fenômenos

comunicacionais” (MENEZES, 1973, p. 12). O estudo da produção, transmissão e recepção de sinais, da quantidade e da velocidade de informação, como iniciado por Wiener, Shannon e outros, demonstra que a importância da informação na teoria das comunicações tem “um papel análogo ao da entropia em Termodinâmica” (MENEZES, 1973, p. 12), capítulo que deveria ser integrado numa edição futura do livro “se houver ...”. Referências de Menezes são, entre outros, Ross Ashby (*An Introduction to Cybernetics*, 1956), Norbert Wiener (*Cybernetics*, 1961), e F. Doria e Luiz Costa Lima (*Dicionário Crítico de Comunicação*, 1971).

O primeiro capítulo, “fundamentos biológicos da comunicação”, de Expedito Teles, é resumido por Menezes desta forma: “a vida é organização e essa organização somente se realiza pela utilização e troca de informações”, e “tal tipo de comunicação se dá no universo desde o nível micromolecular até as formas macroestruturais dos organismos vivos, fato que pode ser verificado pelo exame da evolução cósmica e biológica”. (1973, p. 12) O fato de que os processos vitais em geral repousam sobre uma rede de ações e reações em que as noções de sinais, transmissão, informação e neguentropia têm um papel preponderante parece, segundo Menezes, ainda “mais evidente depois da decifração do *código genético*” (1973, p. 12, grifos do autor).

No capítulo “fundamentos antropológicos da comunicação”, o autor João Pompeu de Souza Brasil, segundo Menezes, “defende [...] a ideia de que a cultura não está propriamente na concreção da atividade coletiva, isto é, nos seus produtos materiais, mas sim e sobretudo nas transformações por que passa a mente humana (o que se confunde de certo modo com o crescimento e a complexificação do conhecimento) em consequência de sua ação criadora e vice-versa” (1973, p. 13). Isso se realiza “através de sistemas que permitam o intercâmbio de informações entre os homens” que, na fala, tem “sua expressão mais refinada e abrangente [...] que fornece as categorias simbólicas para interpretação de outros mecanismos não falados para transmitir mensagens” (BRASIL apud MENEZES, 1973, p. 13).

No capítulo “Fundamentos psicológicos da comunicação”, o autor José Maria Nascimento Pereira, segundo Menezes, enfoca “quase todos os fenômenos relevantes de natureza psíquica [...] em termos comunicacionais” (1973, p. 13), e apresenta um exame psicológico dos diversos componentes do processo comunicativo do homem, sendo “os símbolos, as mensagens, o emissor, o receptor, etc.” (1973, p. 13).

No capítulo “Fundamentos sociológicos da comunicação”, escrito por ele mesmo, Menezes, com aproximação à perspectiva psicológica e antropológica, concebe a comunicação humana como “fato social e histórico que implica comunidade de experiências significativas” (1973, p. 13-14). Recorre a esquemas e paradigmas das ciências sociais “com vistas à explicitação do processo comunicativo”, tentando “elaborar um modelo analítico dos tipos e níveis da comunicação social” (1973, p. 13). Lamenta não poder ter a oportunidade de abordar as relações entre processos de comunicação e sistema social.

No capítulo sobre os fundamentos linguísticos da comunicação, o autor Marcondes Rosa de Souza, segundo Menezes, destaca “o caráter de *linearidade* da comunicação por meio de signos lingüísticos, o que a particulariza em oposição a outras formas ou sistemas comunicacionais” (1973, p. 14). Vale a pena ressaltar que Menezes aponta um “equivoco fundamental”, com conclusões bastante discutíveis, no artigo em que ele quer deixar a juízo do leitor criticar.

O capítulo de Adísia Sá sobre os “Fundamentos filosóficos da comunicação” é marcado, segundo Menezes, por um estilo “frequentes vezes poético”, e pode “como a própria autora observa”, causar “estranheza num livro de fundamentos *científicos* de comunicação um capítulo de especulação filosófica” (1973, p. 14).

Entretanto, na perspectiva de Adísia Sá, o homem é “um criador de valores” assim como de signos, e ao criar o signo, “dá a este signo um conceito e é em torno deste binômio signo/conceito que o homem vive, cria e se comunica”. Tal visão é coincidente com a opinião defendida por Ernst Cassirer no seu ensaio *An Essay on Man* (1944), “no qual ele propõe o símbolo como chave da natureza humana” (MENEZES, 1973, p. 15). No “universo simbólico” do homem, a linguagem, o mito, a arte, a religião etc. compõem os fios que tecem essa rede simbólica o que, em vez de um animal racional, deixa Cassirer definir o homem como animal simbólico. E isso é uma das afirmações mais citadas por Flusser com referência a um autor, que é Ernst Cassirer.

Esses trechos foram apresentados em detalhes porque eles estão de acordo com Flusser.

O parecer de Flusser

O resultado do parecer de Flusser sobre o livro em questão é negativo: ele desaconselha a tradução e publicação em francês. O que nos interessa são os motivos. Flusser inicia seu parecer com as palavras: “This book seems to be a joint undertaking by teachers at the University of Fortaleza, Ceará, and the purpose is far more pretentious, although less disciplined, than the title ‘Scientific Foundations of Communication’ implies.” (p. 1) Em português: “Este livro parece ser um empreendimento conjunto de professores da Universidade de Fortaleza, Ceará, e o propósito é muito mais pretensioso, embora muito menos disciplinado que o título de ‘Fundamentos Científicos da Comunicação’ implica.” (p. 1)

Pretensioso demais porque as várias partes não querem apresentar o problema da comunicação, mas praticamente da ciência na íntegra. E menos disciplinado, porque:

o que o livro oferece não pode ser estritamente chamado de uma abordagem “científica” para os problemas de comunicação, mas uma abordagem bastante circunstancial para essa (a comunicação) a partir de vários campos do conhecimento. A impressão é de que o livro recebeu um nome errado. Ele deveria ser intitulado como “Comunicação sob o olhar de professores de disciplinas que são mais ou menos relacionados a ela”. Em consequência, surge a impressão de que cada colaborador do livro quer expor, com maior ou menor sucesso, sua própria disciplina e tenta forçar alguma relação entre esta

e o problema da comunicação. Tal tentativa deliberada para forçar a comunicação em um contexto onde ela não pertence é uma lacuna muito maior do livro do que a falta de um capítulo dedicado à teoria da informação, admitido no prefácio. Isto será visto mais claramente depois de tratar cada capítulo.

E para justificar essa conclusão, Flusser discute cada contribuição separadamente.

Segundo Flusser, a primeira delas, sobre os “Fundamentos biológicos da comunicação”, trata a bioquímica da célula viva, e não tem nada a ver com o título anunciado, ou seja, não há nenhuma menção dos aspectos biológicos da comunicação (“por exemplo, o efeito da TV na visão, o efeito da música em audição e assim por diante”), nem da biologia no sentido tradicional do termo (morfologia, fisiologia, comportamento etc.).

Não se pode escapar da impressão de que o autor não sabe o que a “comunicação” significa, mas também de que ele não está escrevendo sobre a biologia, mas sobre um aspecto específico da mesma que não está relacionada à comunicação, no sentido usual do termo (p. 1).

O autor nem aproveita tematizar a fraca relação entre o código genético e códigos num sentido geral e assim Flusser conclui: “O capítulo é interessante para o leigo em bioquímica celular, mas não tem lugar em um livro sobre comunicação.” (p. 1)

O segundo capítulo sobre Fundamentos antropológicos da comunicação, Flusser considera igualmente surpreendente.

Nenhuma discussão sobre os aspectos antropológicos da comunicação que o leitor poderia esperar é oferecida. Não há consideração, por exemplo, do efeito antropológico dos meios de comunicação, nem os meios de comunicação em culturas primitivas são discutidos, nenhuma teoria comparativa da comunicação é tentada. (p. 1)

Em vez disso, o autor apresentaria um esboço da origem da espécie humana e uma comparação anatômica entre homem e primatas. Enfim, resume Flusser: “Este autor, também, não parece saber o que ‘comunicação’ significa” (p. 1).

Continuando, Flusser considera o terceiro capítulo, “Fundamentos psicológicos da comunicação”, “o mais ingênuo de todos” (p. 2). Apresenta conceitos psicológicos bastante nebulosos e “recomendações para o bom uso da comunicação”, mas nem chega perto dos problemas psicológicos da comunicação tais como “alienação, condicionamento, informação consciente e subliminar etc.”, até nem imagina a existência deles, e “parece desconhecer completamente toda a problemática da comunicação, embora ele pareça ter apanhado alguns termos na imprensa diária que têm a ver com isso.” (p. 2)

O quarto capítulo sobre os Fundamentos sociológicos da comunicação “é de longe o melhor. É uma pena não ter sido concluído, (como o autor confessa), e incluído neste livro, ao invés de ter sido publicado separadamente. O ensaio dá uma perspectiva muito densa e inteligente sobre as estruturas sociais de comunicação” (p. 2).

O quinto, “Fundamentos linguísticos da comunicação”, não trata esse tema anunciado, mas discute alguns aspectos da linguística e da teoria da crítica literária, e, em respeito a esses assuntos, é de algum interesse, mas evita problemas fundamentais “como linearidade, diacronicidade da linguagem etc.” (p. 2).

O sexto capítulo sobre fundamentos filosóficos da comunicação, na opinião de Flusser, nem merece um resumo.

Depois dessa crítica escrupuloso e criteriosa de cada capítulo, Flusser sintetiza o parecer e acrescenta um aspecto cultural:

The book illustrates clearly the cultural situation of a university in the Brazilian north-east: a place almost entirely “without communication” with the concrete problems in the advanced centers, but with an enthusiastic drive to keep “up to date” with these problems. It is very characteristic that no chapter for the “foundations of communication by theory of communication” is included, and that its lack is not even felt. There can be no better demonstration for the tragedy of underdeveloped alienation. (p. 2)

Em português:

O livro ilustra claramente a situação cultural de uma universidade no nordeste brasileiro: um lugar quase que totalmente “sem comunicação” com os problemas concretos dos centros avançados, mas com uma vontade entusiasmada para se manter “atualizado” com esses problemas. É muito característico que nenhum capítulo dos “fundamentos da comunicação pela teoria da comunicação” esteja incluído, e que sua falta não seja mesmo sentida. Não pode haver melhor demonstração para a tragédia de alienação subdesenvolvida. (p. 2)

Vale lembrar que Flusser não tem ressentimentos contra o nordeste, e sempre se manifestou contra a desigualdade social e regional no Brasil, apontando a situação do nordeste como injustiça social. No capítulo “Miséria”, de “Fenomenologia do Brasileiro”, apresenta três formas desta das quais a segunda é a “miséria da família nordestina em São Paulo” (FLUSSER, 1998, p. 121). E a construção da nova capital Brasília tem, segundo Flusser, entre várias funções, a de integrar o nordeste subdesenvolvido e sofrido num processo econômico, social e cultural (FLUSSER, 1994, p. 272)⁴. E de forma irônica, em outro artigo intitulado “Sabonetes”, critica a desigualdade entre os vários mundos, Primeiro, Segundo, Terceiro e Quarto Mundo (FLUSSER, 1998, p. 149-152).

Entretanto, para Flusser a falta de teoria de comunicação num livro sobre fundamentos científicos da comunicação é um sinal de falta de desenvolvimento, o que mostra a importância que Flusser dá a essa questão e como ele tinha uma ideia clara e bem conceituada dessa área (articulada em vários trabalhos, como *O que é comunicação* (2007), *On the theory of Communication* (2002), *Kommunikologie* (1998) e *Kommunikologie weiter denken* (2009)).

O parecer é finalizado com uma recomendação:

Do jeito como está, na minha opinião, o livro não deveria ser publicado na França. Mas o capítulo sobre “Fundamentos Sociológicos da Comunicação”, de E. Diatay Bezerra de Menezes merece, creio eu, ser incluído na sua série “Collection Medium”. (p. 2)

Os outros pareceres

1. Muniz Sodré: “A Comunicação do Grotesco”

O parecer sobre o livro de Muniz Sodré é bastante favorável. De início, Flusser apresenta brevemente o conteúdo. Sodré defende, segundo Flusser, que no Brasil “os mass media têm um propósito mais ou menos consciente e deliberado, ou seja, abordar uma cultura de massa que é alienada da situação real social, econômica e política (mesmo o cultural)” - (“mass media have a more or less conscious and deliberate purpose, namely to bring about a mass culture which is alienated from the social, economic and political, (even the cultural), real situation.” (p. 1). Este procedimento dos Meios de massa (mass media) é baseado em dois métodos. O primeiro é “mostrar virtualidades específicas inerentes à situação real [do Brasil] como se fossem reais”. O segundo apresenta aqueles fenômenos que não podem ser mascarados como exceções grotescas (“the mass media [...] show [...] some aspects of the real situation [...] too obvious to be totally hidden [...] as if they were grotesque exceptions.”). Flusser considera essa tese como muito interessante e provavelmente correta (“this very interesting, and probably correct, thesis”) e trata ainda das quatro seções que Sodré apresenta em seguida. Chega finalmente à conclusão de que o ensaio, apesar de ser muito bom, entretanto, não serviria para leitores europeus. Não só pressupõe bastante conhecimento sobre o Brasil para acompanhar os argumentos, mas também porque o livro foi escrito com muita cautela para driblar a censura. Por isso, desaconselha a publicação na França.

O ensaio é muito bom, mas talvez não seja adequado para os leitores europeus. Não só porque pressupõe conhecimento sobre o Brasil, mas também porque está escrito com muita cautela para evitar a censura brasileira. Eu não acredito que possa ser publicado na França em sua forma atual. (p. 1)

2. Luiz Beltrão: “Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)”

O parecer sobre o livro de Luiz Beltrão: “Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)” é menos favorável, para não dizer destruidor. Diante da posição de Luiz Beltrão como “pioneiro dos estudos científicos sobre comunicação no Brasil” (MARQUES DE MELO, sem data, p.7), da qual Flusser sem dúvida estava ciente, ele pede sigilo de seu parecer (“PS: I beg you to keep this critique in secret.”).

Segundo Flusser, Beltrão, na primeira parte do livro, defende três fases da sociedade: tradicional, plural e de massa, porém, ele critica o fato de Beltrão citar muitos autores e todos extensivamente, e observa que “nenhuma informação nova (ou mesmo interessante) é dada”. Parece um manual de aula, talvez

interessante por motivo didático, mas sem nada contribuir para as discussões atuais sobre os problemas da sociedade de massa. Em relação à segunda parte, o desafio dos mass media para escritores, Flusser acredita que o autor não refletiu sobre os problemas suficientemente. Cheio de citações, o autor não chegaria a tocar nos problemas de verdade numa sociedade de massa, como a liberdade, a manipulação da mídia, da alienação, da censura, etc. Essa parte também aparenta ser um manual para aulas. Resultado:

O livro deixa uma impressão dolorosa. Porque representa uma enumeração de uma grande quantidade de informações, mais ou menos desconectada, não se pode escapar da impressão de que o autor quer mostrar a sua “cultura”, sem contribuir em nada para um problema que é tão importante no momento e, na situação brasileira, tem tantos específicos e dolorosos aspectos. Em suma: o livro parece ser um produto de uma mentalidade que, torcemos, deveria ser superada pela cultura brasileira. Uma mentalidade “subdesenvolvida” por causa de grandes declarações sem mensagens verdadeiras. Eu não acho que ele deve ser publicado (a não ser como um exemplo de “alienação subdesenvolvida”).

PS: Peço-lhe para manter esta crítica em segredo. (p. 1)

Segundos Desdobramentos

1. Flusser foi, com toda razão, criticado por não citar referências nas obras dele. Assim, é sempre difícil reconstruir as influências e fontes. Os pareceres, entretanto, mostram Flusser como leitor crítico e criterioso. A leitura não é superficial, mas profunda, e os argumentos críticos bem elaborados e justificados. Além dos livros com pareceres, considera o interesse do público francês. A postura de Flusser é a de um leitor-resentista competente e responsável, que não faz pareceres “levianos” (favoráveis, sem senso crítico). Esse leitor é diferente do Flusser autodidata da década de 50 e 60, que faz leituras idiossincráticas (de Heidegger, por exemplo). É um leitor à altura do assunto.

2. Com Muniz Sodré, Luiz Beltrão e, indiretamente, José Marques de Melo, três representantes significativos da área da comunicação brasileira dessa época, Flusser, apesar da sua saída do Brasil, tinha conhecimento e mais familiaridade com esta área do que imaginado.

3. Se o livro Fundamentos Científicos da Comunicação é tão fraco como Flusser defende, não podemos dispensar o editor da série, José Marques de Melo, da responsabilidade de tê-lo publicado.

4. Em termos de pesquisadores, temos uma rejeição do trabalho científico abordado de Luiz Beltrão e José Marques de Melo e uma aceitação daquele de Muniz Sodré.

5. O autor desses pareceres toma a teoria da comunicação como ponto de partida e referência acadêmica (e não, por exemplo, a filosofia). Isso não surpreende, porque Flusser estava prestes a escrever sua obra

principal, a teoria da comunicação (Kommunikologie, ainda não traduzido para o português). Flusser tinha, como escreve no seu autorretrato “Em busca de significado”, de 1969, descoberto a teoria da comunicação em 1965 e depois observa que ela, nos tempos atuais, tomou o papel da filosofia como carro-chefe das Humanidades, o que é verificado pelos pareceres. Eles mostram um comunicólogo que sabe muito bem defender a sua área. Mesmo em fluxo, Flusser tinha uma posição firme.

Referências Bibliográficas

- BACHELARD, Gaston. *Epistemologia*. Trechos escolhidos por Dominique Lecourt. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1977.
- FLUSSER, Vilém. Muniz Sodré: *A Comunicação do Grotresco*. Manuscrito não publicado, Arquivo Flusser, inglês, sem data, 1 página.
- _____. Luiz Beltrão. *Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)*. Manuscrito não publicado, Arquivo Flusser, inglês, sem data, 1 página.
- _____. Vários: *Fundamentos científicos da comunicação*. Manuscrito não publicado, Arquivo Flusser, inglês, sem data, 2 páginas.
- _____. *La Force do Quotidien*. Paris: Maison Mame, 1973.
- _____. *Le Monde codifié*. Paris, Institut de l’Environnement, 1974.
- _____. *Brasília oder Die Stadt welcher Zukunft?* [1970] In: *Brasilien oder die Suche nach dem neuen Menschen. Für eine Phänomenologie der Unterentwicklung*. Mannheim: Bollmann 1994, p. 171-276.
- _____. *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer, 1998.
- _____. *Fenomenologia do Brasileiro. Em Busca de um Novo Homem*. BERNARDO, Gustavo (Org.). Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.
- _____. *Sabonetes*. In: *Ficções Filosóficas*. São Paulo: Edusp, 1998, p. 149-152.
- _____. *On the Theory of Communication*. In: *Writings*, 2002a, p. 8-20.
- _____. In: *Search of Meaning*. In: *Writings*, 2002b, p. 197-208.
- _____. *O que é Comunicação?* In: *O mundo codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007, p. 88-100.
- _____. *O mundo codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- _____. *Kommunikologie weiter denken. Die Bochumer Vorlesungen*. Herausgegeben von Silvia Wagnermaier und Siegfried Zielinski. Mit einem Vorwort von Friedrich A. Kittler und einem Nachwort von Silvia Wagnermaier. Frankfurt am Main: Fischer, 2009.
- MARQUES DE MELO, José. Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de Folk-comunicação no Brasil. 19??, p. 1-8. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/premio.jurados.htm>>. Acesso em: 28 mai. 2012.

MENEZES, E. Diatay Bezerra de. Introdução. *In: Fundamentos Científicos da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 1973, p. 7-15.

SÁ, Adísia (Coordenadora), E. Diatay Bezerra de Menezes, Expedito Teles, José Maria Nascimento Pereira, João Pompeu de Souza Brasil e Marcondes Rosa de Souza: *Fundamentos Científicos da Comunicação*. (Coleção “Meios de Comunicação Social” 8, Série Manuais/5). Petrópolis: Editora Vozes, 1973.

SANDER, Klaus. Biographie. *In: Siemens Medienkunstpreis 97*. Herausgegeben vom Siemens Kulturprogramm München: Selbstverlag ZKM Karlsruhe, 1997, p. 11-12.

Notas

1. Trabalho apresentado no Simpósio “Flusser em Fluxo”, realizado em 24 e 25 de maio 2012 na Universidade Federal de Ceará (UFC) em Fortaleza, sob o título “Os Fundamentos Científicos da Comunicação. Uma crítica flusseriana a comunicólogos cearenses e seus desdobramentos”, a ser publicado nos anais do congresso.
2. *Unzeitgemässe Betrachtungen. Zweites Stück: Vom Nutzen und Nachtheil der Historie für das Leben*. Tradução português apud Bachelard (1977, p. 182).
3. Apesar de ter morado na França, o contato de Flusser com a cultura francesa foi fraco, mais fraco que com outros (alemão, tcheco, judeu, brasileiro). Ele admite que “My lack of contact with French civilization is one of my most serious shortcomings.” (2002b, p. 201).
4. Em alemão: “Man schlage diese Adern [Brasílias] in Richtung des dicht bevölkerten, hungernden und durstenden Nordostens, um die unterentwickelten Massen in den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Prozess hineinzuziehen.” (1994, p. 272) – Em português: “[É um projeto de] estender estas veias [de Brasília] na direção do densamente povoado Nordeste, faminto e com sede, para integrar as massas subdesenvolvidas no processo econômico, social e cultural.” (Tradução do autor).

Anexo I:

VILÉM FLUSSER

Vários: Fundamentos científicos da comunicação.

This book seems to be a joint undertaking by teachers at the University of Fortaleza, Ceará, and the purpose is far more pretentious, although far less disciplined, than the title “Scientific foundations of communication” implies. It is far more pretentious in the following sense: its various parts pretend not only to give to the reader a general outlook on the problem of communication, but on practically the whole field of science. It is far less disciplined in the following sense: what the book offers cannot be strictly called a “scientific” approach to the problems of communication, but a rather circumstantial approach to it from various fields of knowledge. The impression is that the book was misnamed. It should be called something like “Communication as seen by teachers of disciplines that are more or less related to it”. In consequence, one has the feeling that each contributor to the book is exposing, more or less successfully, his own discipline, and tries to force some relation between it and the problem of communication. Such deliberate attempt to force communication into a context where it does not belong is a far greater shortcoming of the book than the lack of a chapter dedicated to theory of information, admitted in the preface. This will be seen more clearly, if each chapter is considered.

The first chapter, “biological foundations of communication” is in fact an enormously wide and superficial sketch of a cosmogony, and some rather detailed consideration of the biochemistry of the living cell. It has therefore almost nothing to do with its title. Not only is there no mention at all of the biological aspects of communication, (for instance: the effect of TV on vision, the effect of music on audition and so forth), but not even of biology in the common sense of the term, (plant and animal morphology, physiology, behavior and so forth). One cannot escape the feeling that the author does not know what “communication” means, but also, that he is not writing about biology, but about one specific aspect of it which is unrelated to communication in the usual sense of the term. (Unless we should consider his discussion of the genetic code as obliquely related to codes in general, but the author does not help much even in this aspect.) The chapter is interesting for the layman in cell biochemistry, but has no place in a book on communication.

The second chapter, “anthropological foundations of communication”, is equally surprising. No discussion of anthropological aspects of communication which the reader would expect is offered. There is no consideration of for instance the anthropological effect of mass media, no media in primitive cultures are discussed, no comparative theory of communication is attempted. Instead, a short sketch of the origin of the human species is given, and an anatomical comparison between man and apes is offered, apparently to show that apes are anatomically incapable of speech. This author, too, does not seem to know what “communication” means.

-2-

The third chapter, “psychological foundations of communication”, is the most naive of all. It gives some rather nebulous psychological concepts, and a sort of “recommendations for the good use of communication”. The author does not touch the problem of psychological aspects of communication at all, (alienation, conditioning, conscious and sublimar information and so forth), but he does not even suspect that such problems exist. He seems to be completely unaware of the whole problematic of communication, although he seems to have caught some terms in the daily press that have to do with it.

The fourth chapter, “sociological foundations of communication”, is by far the best one. One feels sorry for it not have been concluded, (as the author confesses), and for it to have been included in this book, instead of having been published separately. The essay gives a very dense and intelligent outlook on the social structures of communication.

The fifth chapter, “linguistic foundations of communication”, is not at all what she title suggests, but a discussion of some aspects of linguistics and theory of literary criticism. It has some interest, as far as this goes, but the fundamental problems, (like linearity, diachronicity of language and so forth), are not mentioned.

The sixth chapter, “philosophical foundations of communication”, is not even worth of a résumé, (in my opinion).

The book illustrates clearly the cultural situation of a university in the Brazilian north-east: a place almost entirely “without communication” with the concrete problems in the advanced centers, but with an enthusiastic drive to keep “up to date” with these problems. It is very characteristic that no chapter for the “foundations of communication by theory of communication” is included, and that its lack is not even felt. There can be no better demonstration for the tragedy of underdeveloped alienation.

As it is, the book should not be published in France in my opinion. But the chapter on “sociological foundations of communication” by E. Diatay Bezerra de Menezes merits, I believe, to be included in your series “Collection Medium”.

Anexo II

VILÉM FLUSSER

Muniz Sodré: “A Comunicação do Grotesco”.

This is an essay which defends a thesis. The thesis may be stated as follows: In Brazil, mass media have a more or less conscious and deliberate purpose, namely to bring about a mass culture which is alienated from the social, economic and political, (even the cultural), real situation. This purpose is achieved by two distinct, but complementary methods. The first method consists of showing specific virtualities inherent in the real situation as if they were real. (For instance: The economic possibilities of the Amazon basin are shown as if they were being already put at the disposal of the nation). This method allows the covering-up of the real situation, which goes on almost unperceived by the participant in mass culture. But nonetheless, of course, some aspects of the real situation are too obvious to be totally hidden. In order to prevent the “mass man” to see them, the mass media apply a second method. They show those inevitable aspects of reality not as they are, (namely characteristic for the situation), but as if they were grotesque exceptions. (For instance: the shanty-town inhabitant of Rio de Janeiro, (“favelado”), is shown not as a typical inhabitant of Rio, but as a somewhat exotic and ridiculous figure). This method allows the media to make the “mass man” believe that what is in reality characteristic of the Brazilian situation is only a grotesque exception. Thus the media prevent an identification of the “mass man” with his situation.

To prove this very interesting, and probably correct, thesis, the essay is divided into various sections. In the first section an attempt is made to justify the method of the theory of communication to analyse any given cultural situation. In the second section the distinction between various culture structures is attempted. The most important distinction is between elite and mass culture, and between popular and mass culture. (In this section the author shows how Brazilian mass culture takes advantage of, (and disfigures), Brazilian popular culture). In the third section the thesis is demonstrated for Brazilian illustrated magazines. In the fourth section the thesis is illustrated in various TV programs. The argument is very convincing for one who knows well the Brazilian mass media, but for one who is ignorant of them it is difficult to follow the argument in its details. Throughout the author shows the enormous influence of the United States on Brazilian mass media, and therefore on Brazilian mass culture. A parallel between the media in America and Europe on one hand, and Brazil on the other, is always given.

The essay is very good, but possibly not suited for European readers. Not only, because it presupposes knowledge of Brazil, but also because it is written very cautiously to avoid Brazilian censorship. I do not believe that it can be published in France in its present form.

Anexo III:

VILÉM FLUSSER

Luiz Beltrão: “Sociedade de massa (Comunicação e Literatura)”

This book consists of two rather independent parts. The first one is an attempt to define mass society. The second part is an attempt to define the position of the writer, (and the intellectual in general), with regard to mass media. In the first part three stages of social structures are presented: the “traditional” society, the “pluralistic” society, and the “mass” society. Many authors are cited, long quotations are presented, but no original, (or even interesting), information is given. One has the impression that this part of the book is a sort of resumé of a course given by the author at the University of Brasilia. It may have some didactic interest, but it contributes nothing, (in my opinion), to present discussions concerning mass society problems.

The second part tries to point out the choice and the challenge presented by the mass media to writers. I do not believe that the author has thought sufficiently about the problems. This part, too, is full of quotations, and one has the impression of a show of the author’s erudition. The true problems of freedom in a mass society, of manipulation of the media, of the alienating effect of media, of censorship in the media, and so forth, are either discussed very superficially, or else shown under a point of view which to me seems to be mistaken. This part, too, is a sort of sketch for lectures.

The book leaves a painful impression. Because it represents the enumeration of a great amount of rather disconnected information, one cannot escape the feeling that the author wants to show off his “culture”, without contributing anything important to a problem which is so very important at present, and has so many specific, (and painful), aspects in the Brazilian situation. In short: the book seems to be a product of a mentality one should hope to be surpassed by Brazilian culture. An “underdeveloped” mentality, given to large statements without true messages. I do not think it should be published, (unless as an example of “underdeveloped alienation”).

PS: I beg you to keep this critique in secret.

Luiz Beltrão e Gilberto Freyre: reflexões exploratórias acerca da relação entre ciências sociais e comunicação

Luiz Beltrão and Gilberto Freyre: exploratory reflections about the relationship between communication and social sciences

Zuleika de Paula Bueno | zubueno@hotmail.com

Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas, Mestre em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas, Doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas e Professora do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá.

Tiago Roberto Ramos | tibobster@yahoo.com.br

Mestrando no programa de Pós-graduação em Ciências Sociais na Universidade Estadual de Maringá. Graduado em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), e em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário de Maringá (CESUMAR). Realiza pesquisas nas áreas de Análise do Discurso, Teorias da Comunicação e Pensamento Social Brasileiro.

Resumo

Explorando possibilidades de interpretação da obra do sociólogo Gilberto Freyre (1900-1987) e do comunicólogo Luiz Beltrão de Andrade e Lima (1918-1986) e inspirados pelos princípios da sociologia da ciência, pretendemos indicar pontos em que a obra e o pensamento dos dois autores se aproximam e/ou se distanciam

Palavras-Chave: Luiz Beltrão; Gilberto Freyre; Sociologia da ciência.

Abstract

Exploring possibilities of the work of sociologist Gilberto Freyre (1900-1987) and communicologist Luiz Beltrão de Andrade e Lima (1918-1986) and inspired by the principles of the sociology of science, we intend to indicate points at which the work and thought approach of the two authors is closer or more distant.

Keywords: Luiz Beltrão; Gilberto Freyre; Sociology of science.

Entre saberes: abordando práticas de relacionamento

Atentos em entender as práticas intelectuais e científicas que caracterizam o relacionamento entre diferentes áreas do saber, buscamos explicitar pontos de interlocução entre autores clássicos das ciências sociais e do pensamento comunicacional brasileiro. Tentando elaborar novas possibilidades de interpretação e compreensão da memória histórica acerca das dinâmicas de relacionamento entre diferentes áreas do conhecimento, pretendemos mapear algumas possíveis proximidades ou distanciamentos entre o pensamento de Gilberto Freyre, principalmente a partir da obra “Sobrados e Mucambos” (1998), e o de Luiz Beltrão de Andrade e Lima, aqui representado pelo livro “Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” (2001).

Gilberto Freyre é um dos mais prestigiados sociólogos brasileiros e, como aponta Meucci (2006), exerceu um papel extremamente relevante para a consolidação da sociologia como disciplina científica no Brasil. Luiz Beltrão, por sua vez, foi o responsável por formular uma teoria sobre os sistemas comunicativos próprios à realidade brasileira e contribuiu para a profissionalização e institucionalização do jornalismo no País.

Ocupando posições institucionais e científicas distintas, esses intelectuais possuem em comum um mesmo horizonte de problemas, a saber: a questão da integração nacional brasileira. No período imperial o debate girava em torno da garantia da unidade territorial diante de sucessivos conflitos e revoltas. Com o advento da República e o início do século XX, a integração social, econômica, cultural e política tornaram-se os principais temas tratados.

Por isso, um dos temas privilegiados na análise diz respeito, justamente, à integração nacional brasileira. Eixo em torno do qual nossos critérios explicativos se articulam. O debate acerca desse tema está presente na obra dos dois pesquisadores, permitindo que possamos elucidar o modo como cada um deles elaboram argumentos entorno dessa questão e como tais argumentos se interligam ou se dispersam.

Em “Sobrados e Mucambos” (1998), Freyre constrói um retrato dos processos e dinâmicas que caracterizaram a integração nacional brasileira num contexto de urbanização incipiente, próprio da passagem do século XIX ao XX. Luiz Beltrão, em sua tese de doutorado, debate o tema a partir das suas especificidades na primeira metade do século XX, com a consolidação da ordem urbana.

Metodologicamente nos orientamos pelas elaborações da sociologia da ciência e nos apoiamos principalmente na ideia de Orlandi, quando afirma que não existe ideia fora do lugar, pois “as ideias não tem *um* lugar, têm *muitos*” (1993, p.7). Embora não seja central, o questionamento a respeito dos muitos lugares que uma ideia pode ocupar em diferentes contextos do saber, como esses lugares são intelectualmente formulados, quais os critérios que permitem a produção de um sentido de diferenciação ou de inter-relacionamento entre determinados entendimentos, busca ser presente na nossa reflexão.

Integração social e heterogeneidade cultural

O debate sobre a integração nacional brasileira possui características singulares em cada uma das obras aqui analisadas. Produzidas em períodos históricos e contextuais distintos, essas obras se inscrevem em trajetórias intelectuais particulares. Freyre contribuiu para a sistematização do saber sociológico no país, dando os primeiros passos no sentido do fortalecimento institucional dessa ciência (MEUCCI, 2006). Beltrão escreve seu livro como requisito para obtenção do título de doutor em comunicação, demonstrando que na década de 1960 o saber comunicacional já gozava de reconhecimento científico e acadêmico no País, em parte, fruto do seu próprio empenho (MELLO, 2001).

Ambos os autores exerceram importante papel para o desenvolvimento das suas referidas áreas. A obra freyriana é responsável pela inauguração de algumas perspectivas que, em certos períodos, exerceram hegemonia nas ciências sociais brasileiras. Luiz Beltrão formulou a primeira teoria da comunicação genuinamente brasileira, auxiliou na organização dos primeiros currículos dos cursos superiores de comunicação no País, criou o primeiro centro de estudo dedicado ao tema e a primeira revista científica sobre o assunto.

Em Luiz Beltrão, a discussão sobre a integração nacional brasileira contextualiza suas reflexões acerca das características dos sistemas comunicacionais do País. A heterogeneidade cultural é entendida pelo autor, como elemento produtor de distanciamentos e separações (2001, p.53). Manifestando uma inclinação científica funcionalista; própria das teorias comunicacionais desse período que estão fortemente influenciadas pela sociologia norte-americana a partir da figura de Robert King Merton; Beltrão valoriza a homogeneidade, a unidade e a coesão. Embora o comunicólogo afirme que a existência de uma unidade mental, de um conjunto de ideias comuns a todos os habitantes do país, ele não nega a presença de distintos estágios de desenvolvimento social e econômico entre nós (Ibid., p.59). Tal diferença contribui para a construção de barreiras à integração nacional. Posto que, cada estágio de desenvolvimento possui uma prática comunicativa própria, adequada aos seus contextos intelectuais e políticos, dificultando a existência de um entendimento entre sujeitos que estão em estágios de desenvolvimento distintos.

Esses diferentes estágios são um dos responsáveis pelo desenvolvimento de uma dicotomia ético-cultural. De um lado, elites intelectuais e dirigentes, letrada e desenvolvida que se informa a partir dos modernos meios de comunicação massiva, o rádio, o jornal, a televisão; que habita o litoral, as regiões mais desenvolvidas, os grandes centros urbanos; de outro, classes populares e marginalizadas, analfabeta ou semianalfabeta, que não possui acesso aos meios massivos, que vive nas periferias, nos sertões, no mundo rural; que se informa a partir da crença em seus catimbós. Segundo o pensador, essa dicotomia “desperta as nossas lideranças para o problema da comunicação, como ponto de partida da nossa caminhada para o progresso” (BELTRÃO, 2001, p.64), tornando manifesto seu engajamento dentro de um determinado projeto político.

Uma das ideias defendidas por Beltrão é a do necessário conhecimento da capacidade comunicativa das práticas populares e folclóricas, como maneira de promover a integração nacional e o desenvolvimento do País. Essa ideia se formula a partir de um determinado diagnóstico acerca da realidade social brasileira:

A realidade brasileira era constatada por sociólogos, psicólogos sociais, antropologistas, políticos e economistas: dois brasis se defrontavam. Um em franco desenvolvimento cultural e econômico; outro, marginalizado, entavando os planos do progresso. Um respondendo com maior ou menor desenvoltura aos apelos dos meios de comunicação coletiva; outro não suscetível dessa influência e, por conseguinte, alienado dos objetivos pretendidos pela elite. Um acreditando nas metas desenvolvimentistas e mudando os seus padrões de comportamento ao influxo das ideias e das técnicas novas, difundidas sobretudo pelos veículos jornalísticos; outro crendo apenas nos seus 'catimbós' e rejeitando até mesmo uma argumentação lógica, fundamentada em causas e efeitos para aferrar-se aos seus preconceitos, hábitos e costumes tradicionais, e permanecendo surdo às mensagens jornalísticas convencionais. (Ibid., p.74)

A heterogeneidade cultural, que gera distinções e diferenciação, é responsável pela produção da desagregação. Os diferentes atores sociais que compõem o cenário nacional, não gozam de uma unidade ético-cultural, pois não compartilham de um mesmo conjunto de valores, nem de um mesmo objetivo social. Para que a modernidade, entendida por Beltrão a partir da perspectiva desenvolvimentista da metade do séc. XX, fosse efetiva em todo o conjunto da nação seria necessário um movimento de integração cultural e valorativa que criasse um objetivo comum para todas as esferas da população. A falta desse objetivo em comum leva o autor a entender que os valores modernos foram responsáveis, em grande parte, pela produção dessa dicotomia. É dessa forma que a heterogeneidade cultural, ao produzir diversificação social, gera desigualdades estruturais que impedem a existência de uma unidade cultural nacional.

Em Gilberto Freyre a questão da heterogeneidade cultural é elaborada de outra forma. Para o sociólogo (2006), a diversidade social brasileira é o que melhor caracteriza a nação. Uma nação envolvida em grandes conflitos valorativos, mas que cria formas e espaços de convívio capazes de amenizar os embates. No entanto, ao estudar a sociedade brasileira do séc. XVIII e XIX (FREYRE, 1998), o autor constata a existência de processos que contribuem para a extinção desses espaços e a consequente exacerbação dos conflitos.

As influências inglesa e francesa às quais o Brasil esteve fortemente submetido durante o período imperial produziu novas condições de convivência que contribuíram para a desintegração da ordem patriarcal e o consequente enfraquecimento do patriarcalismo enquanto sistema organizador da esfera política e cultural. O velho patriarcalismo rural se adapta, ainda que com tensões, ao novo cenário semiurbano e burguês. Nesse contexto, Freyre (1998) localiza a heterogeneidade cultural brasileira dentro de uma arena de conflitos entre valores distintos e opostos.

Opondo os valores orientais aos ocidentais, o pai ao filho, o patriarca ao bacharel, o espaço da casa ao da rua, o mundo urbano ao rural, o moderno ao atrasado; o movimento de reeuropeização que Freyre (1998) descreve, cria dicotomias e instaura novos modos de agir e de se

comportar que posicionam os sujeitos em locais diferentes na hierarquia social, estabelecendo formas de sociabilidade que separam e segregam os indivíduos, criando barreiras para a integração dos diferentes grupos que compunham a sociedade de então.

O sobrado representa o espaço da nova ordem, da boa educação, da boa cozinha, do português adequado; no mocambo, a população negra e mulata marginalizada seguia reproduzindo valores desprezados pela nova ordem. Afirma Freyre: “o que se verificava repita-se era vasta tentativa de opressão das culturas não-europeias pela europeia, dos valores rurais pelos urbanos (...)” (1998, p. 389), historicamente esse período se caracteriza pela existência de complexos conflitos sociais.

Não podemos afirmar categoricamente que a desintegração vivenciada nesse período é plena: primeiro porque esse processo ocorria dentro de uma arena de conflitos sociais e políticos; segundo, pois os primeiros ares da modernidade não fez só criar segregações, mas permitiu também o fortalecimento de laços internos entre determinados grupos. Como demonstra Freyre, diferentes atores sociais se organizaram em torno da defesa dos seus valores e das suas crenças, chegando mesmo a institucionalizarem-se em confrarias, irmandades e corporações de ofício (1998, p. 374). No entanto, esses movimentos expressam a existência de um conflito aberto entre valores distintos. Na sociedade brasileira do século XIX, não há mais zonas ou espaços de confraternização em que o conflito possa assumir uma realidade mais amena.

O processo de reeuropeização que Freyre (1998) descreve cria distâncias e instaura barreiras que vão dar origem a metades efetivamente conflitantes – o sobrado e o mocambo. Como afirma Araújo, ao discutir a obra de Freyre, “os mocambos dão a impressão de constituir uma cultura inteiramente separada” (1994, p. 134). A dicotomia entre esses espaços expressa diferenças culturais, econômicas e de sociabilidade que contribuem para a produção de uma ordem segregacionista e excludente, na qual cada espaço se desenvolve a partir da crença em valores específicos que se opõem um ao outro.

Freyre (1998) posiciona-se de maneira a compreender que a heterogeneidade cultural, dependendo da forma como é agenciada e articulada no universo social, pode explicitar a existência de conflitos valorativos que tendem a corporificar processos de desintegração e segregações. Para o autor, a dicotomia entre diferentes espaços sociais pode caracterizar a existência de um conflito constitutivo da própria sociedade, sem o qual ela não poderia ser o que é.

Luiz Beltrão (2001) elabora um diagnóstico semelhante a respeito dessa questão. Para o comunicólogo a heterogeneidade cultural pode gerar desintegração e desagregação, dificultando o processo de criação de uma unidade nacional. O autor argumenta que a dicotomia entre elite e povo, cada qual com práticas culturais e sociais específicas, contribui para a existência de uma sociedade sem unidade, destituída de uma harmonia capaz de lhe fornecer uma direção comum de desenvolvimento.

Enquanto Beltrão (2001) se preocupa mais com as consequências políticas e econômicas da falta de unidade; Freyre (1998) está atento para entender processos históricos que produzem uma sociedade organizada em torno do estabelecimento de hegemonias potencialmente excludentes, que instauram práticas segregacionistas, dificultando o possível convívio harmônico e a integração entre sujeitos que possuem códigos culturais e valorativos distintos.

No que diz respeito à heterogeneidade cultural enquanto elemento importante para pensar a questão da integração nacional, é possível explicitar a existência de proximidades entre os dois autores. Tal proximidade não apaga diferenças argumentativas significantes. Os autores possuem pontos de partida diferentes, mas terminam encontrando-se em destinos semelhantes. Ambos terminam por atestar a existência de uma sociedade dividida entre grupos dominantes que possuem valores modernos e população marginalizada que fica excluída por não compartilhar desses valores.

Esse apontamento encontra justificativa na afirmação que Beltrão faz a respeito da fragmentação nacional:

Essa fragmentação prosseguiria por todo o século IV e teria o seu ciclo completado com a abolição da escravatura, que retiraria à influência da casa-grande a significativa população da senzala. Os negros forros iriam engrossar a camada social dos alienados do pensamento e da cultura da elite. E incorporariam vigorosamente ao patrimônio sociocultural da favela, do mocambo e da tapera as suas tradicionais formas de expressão. Que o sobrado, o palacete e a casa-de-fazenda não compreenderiam, agravando-se a cada passo o abismo hoje constatado (BELTRÃO, 2001, p.77)⁸

Embora Beltrão não cite explicitamente a obra de Gilberto, é perceptível uma apropriação do pensamento freyriano pelo autor.

Outro argumento elaborado por Beltrão é de que a desintegração é causada, em partes, pela inexistência de práticas comunicativas eficazes e adequadas a nossa realidade. Reinterpretando nossa história, o autor afirma que as práticas comunicativas primitivas dos indígenas foram essenciais durante a colonização para assegurar a unidade a esses grupos (Ibid., p.83). O branco colonizador necessitou primeiramente aprender o idioma nativo para depois forçar a população nativa a abandonar sua língua. Afirma o comunicólogo que:

através de um exame sistemático das relações entre os indígenas e os brancos (franceses e holandeses, entre os estrangeiros; jesuítas e portugueses, entre os colonizadores) pretendemos fixar a subordinação do nosso desenvolvimento cultural, social e econômico à existência de um entendimento entre os grupos heterogêneos da colônia, mesmo quando se combatiam e exterminavam, visando, consciente ou inconscientemente, a constituição de uma sociedade espiritualmente autônoma, homogênea e progressista. (Ibid., p.95)

Esse entendimento se fazia a partir da existência de uma língua comum. Segundo Beltrão (2001), a estratégia de aprender a língua nativa foi essencial para o sucesso da catequização do indígena promovida pelos jesuítas. Ao criar condições para a interação entre sistemas simbólicos distintos, os padres da

companhia conseguiram promover uma unidade de pensamento entre a população nativa e os colonizadores que, na perspectiva beltraniana permitiu a consolidação da nossa independência sem vozes discordantes (Ibid., p.122). Compreensão semelhante é elaborada por Freyre (1998; 2006), quando discute a presença e a importância do jesuíta para a formação da família brasileira.

Levantamos a questão da língua, pois ela está atravessada por variáveis importantes para a análise. A referida heterogeneidade cultural que debatemos até aqui não existe apenas no plano abstrato dos valores, mas se materializa nas práticas dos atores sociais. Das obras analisadas, um ator social que aparece em ambas, é o padre jesuíta. Assim, discutiremos como se formula em cada autor a relação entre atores sociais e práticas culturais específicas que explicitam a nossa heterogeneidade cultural, e como isso influencia a produção de uma integração nacional.

Em Beltrão, os jesuítas foram responsáveis por criar a unidade necessária para a realização da independência e por consolidar uma rede de comunicação que ligava os pontos distantes do País a partir das suas reduções (BELTRÃO, 2001, p.97). Os missionários exerceram importante papel na configuração da nossa sociedade nascente. Como afirma o autor, os padres da companhia deixaram como legado:

(...) a integração do silvícola na sociedade brasileira, a sua participação no todo nacional, o estabelecimento de relações vivas e atuantes entre os dois grandes blocos raciais que, embora operando em áreas sociais diversas, se entendiam e completavam, miscigenavam-se por assim dizer, para a obtenção daquela unidade de pensamento e ação que resultou na independência (Ibid., p.117).

O jesuíta, a partir das suas técnicas comunicativas e educacionais, conseguiu criar na colônia um ambiente favorável à admissão de novas ideias e valores que orientariam o comportamento daqueles que estavam submetidos a sua influência. Ela era sentida especialmente pelos atores mais frágeis dessa sociedade. No seu afã de catequisar o selvagem, o jesuíta investia suas forças na educação da criança, do curumim. Era a partir dele que o padre realizava o seu trabalho de conversão dos adultos. O curumim fazia a ligação entre os valores tradicionais da sua sociedade nativa e os novos valores ocidentais católicos importados pelos jesuítas, ele faz a mediação necessária para a consolidação de uma nova ordem. A estratégia que melhor se adequou aos objetivos jesuíticos foi, de fato, o domínio do idioma nativo para conquistar a confiança dessa população e, posteriormente, a conversão do nativo ao idioma estrangeiro, fortalecendo os processos de dominação e de alteração da ordenação social.

Freyre (1998), no capítulo intitulado “O Pai e o Filho”, mostra que os colégios jesuítas foram os responsáveis por educar a geração dos bacharéis republicanos e abolicionistas, que contestaram a velha ordem patriarcal e se insurgiram contra o tradicionalismo do mundo rural, assumindo os valores ocidentais europeus como modelo de desenvolvimento social. É no colégio

jesuíta que o filho do patriarca entra em contato com esse novo conjunto de valores, essa mudança se expressa especialmente no domínio da língua. É sob a influência jesuítica que a criança perde os velhos vícios de linguagem da casa grande e aprende o português mais adequado para a nova ordem, limpo da influência africana e moura. Novamente é a criança o depositário da confiança dos padres no seu empreendimento educador. Também em “Casa Grande & Senzala”, Freyre (2006) debate a importância do padre capelão para formação de indivíduos adequados à ordem social.

Essa geração educada pelos padres terá no português culto um dos seus principais elementos de distinção em relação aos outros membros da sociedade, e um importante signo de auto reconhecimento, fortalecendo laços de pertencimento grupal. Essa dinâmica permite entender que as lutas políticas também se expressam em espaços simbólicos, que há sempre práticas materiais tornando visíveis conflitos ideológicos e valorativos.

O jesuíta e o padre capelão como ator social, em ambas as obras aqui analisadas, atuou como produtor de integração e desintegração. Ao ensinar novos valores e novas práticas, os padres preparavam o terreno para a construção de uma nova ordem social, gerando integração entre aqueles escolhidos para fazer parte dessa nova ordem. No entanto, essa tarefa resultou também na desintegração de ordenações tradicionais e mais do que isso, na produção de uma nova ordem quase sempre excludente, na qual aqueles que não assumissem os novos valores sociais veriam reduzidas as possibilidades de interação e participação social.

Com suas práticas educativas, os jesuítas foram responsáveis pela inserção de novos valores na sociedade brasileira, valores que possibilitaram o rompimento com antigas tradições e a construção de novas configurações sociais. Em Freyre (1998), o jesuíta é responsável por educar a geração que construirá a república, a ordem urbana e burguesa. Em Beltrão (2001), os padres constroem o sentimento de unidade que culmina com a independência. Cada autor possui especificidade que cremos ter esclarecido. No entanto, ambos se aproximam em suas interpretações sobre a presença e ação dos jesuítas no Brasil.

Seguindo a pista dos atores sociais e das práticas coletivas capazes de materializar nossa heterogeneidade cultural, e a influência disso na produção da integração nacional, destacamos agora a figura do mascate.

Freyre faz uma breve referência a esse sujeito (1998, p. 34). Presente no espaço da casa-grande e do sobrado, o mascate circulava livremente nesses lugares. Trazia para o interior da família tradicional as últimas modas e demais produtos, quebrava a rotina cotidiana desses ambientes “levando para o interior desses quase-conventos um pouco do ruído da rua e das novidades da praça” (Ibid., p.36). Ou seja, realizava uma função diversificadora, contribuindo para a inserção de novos produtos, valores, modelos de convivência e comportamentos no espaço familiar da casa, que no século XIX, opunha-se a rua e seus perigos.

O mascate exerce uma função semelhante na compreensão de Luiz Beltrão. Durante o século XIX, juntamente com os jesuítas e outros atores sociais, ele agrega forças na produção da unidade que permitirá a independência. Atualizado na figura do caixeiro viajante do século XX, é ele quem vai viabilizar a integração comercial entre sertão e litoral, mais do que isso, por ter acesso livre em diferentes espaços sociais, por circular entre diferentes extratos da nação, esse ator possui uma capacidade de agir como mediador comunicacional entre os dois brasis, aproximando pontos cultural e geograficamente opostos.

É especialmente nesse leva-e-traz de informações, nessa troca de impressões e opiniões, nesses amistosos (e interesseiros) debates, na imensa quantidade de anedotas e xistosos ditos com que salpica a sua parolagem negociasta, que está a sua mais viva contribuição à divulgação de fatos e ideias. 'Ninguém é capaz de avaliar o seu esforço em benefício do desenvolvimento do nosso país. Se esta pobre civilização brasileira saiu do litoral e veio até aqui (o sertão) foi carregada nas nossas costas' – comenta um deles. (BELTRÃO, 2001, P.147).

Mais uma vez, Gilberto Freyre e Luiz Beltrão demonstram proximidades argumentativas e de entendimento acerca da realidade social brasileira. Ambos percebem na figura do mascate um agente de diversificação e integração social, promovendo a interação entre diferentes conjuntos de ideias e valores, gerando unidade, ao estabelecer relacionamento entre espaços sociais distintos e opostos. Para ambos os autores, tanto o jesuíta quanto o mascate se constituem como mediadores dos processos de integração ou segregação.

A partir desse debate, podemos afirmar que a questão da integração nacional nas obras analisadas perpassa e é perpassada pelo tema da heterogeneidade cultural de atores sociais que materializam essa heterogeneidade e de estratégias políticas e práticas coletivas empregadas para a produção de integração ou desintegração social.

Os critérios analíticos que levantamos até agora, possuem um peso mais teórico do que prático ou metodológico, no sentido de que tentam localizar intelectualmente o espaço conceitual no qual as referidas obras se inserem. Não poderíamos esquecer-nos de, ainda que brevemente, apontar características de ordem metodológica e técnica que nos auxiliam a compreender o caráter do relacionamento entre o saber comunicacional e o saber social a partir das obras estudadas. Procedimentos de pesquisa utilizados, fontes de estudo privilegiadas e técnicas analíticas empregadas, são elementos que nos dispomos a compreender.

A vasta referência que Freyre (1998) faz aos jornais da época não deixa dúvidas sobre a sua maior inclinação à pesquisa em fontes ortodoxas, que garantem mais legitimidade e reconhecimento, além de ilustrar com mais precisão as afirmações e os argumentos que o autor elabora. Contudo, fontes menos ortodoxas também estão presentes na obra do sociólogo, sobretudo aquelas que não possuem um registro escrito e que se encontram dispersas no espaço social.

É o caso dos modos de falar, das formas de agir e se vestir, das técnicas corporais, da culinária, dos temperos, do jardim, dos hábitos de lazer, são várias as práticas culturais que Freyre analisa tendo como fonte a vida cotidiana da sociedade brasileira. Essa habilidade em equacionar a contribuição de diferentes fontes, permite que o autor chegue a utilizar representações folclóricas como material de análise para validar sua argumentação.

Ao discutir a questão da miscigenação no Brasil patriarcal e semipatriarcal, no último capítulo da sua obra, o autor recorre às cantigas e versos folclóricos como maneira de ilustrar o preconceito e o desprezo que o mulato sofria naquele contexto (Ibid., p. 632). Amparado pelo trabalho de folcloristas como Alfredo Brandão e Rodrigues de Carvalho, Freyre utiliza a fonte folclórica para entender o pensamento daqueles extratos da população que não possuíam acesso aos meios de comunicação ortodoxos, que se utilizavam da oralidade para exprimir suas ideias e opiniões.

Como a proposta metodológica encabeçada por Beltrão (2001) é justamente essa, a de compreender o folclore a partir da sua capacidade comunicativa. Será embasado em material recolhido por folcloristas que Beltrão irá desenvolver seus argumentos. O comunicólogo traz vastos exemplos de cantigas populares, versos, poesias, literatura de cordel, almanaques, folhetos, entre outros, que possuem a capacidade de materializar os valores, a moral e o pensamento próprio das populações menos favorecidas.

No que diz respeito à abordagem analítica, podemos afirmar que a obra de Freyre (1998) possui um caráter mais histórico-político. Buscando entender dinâmicas históricas da nossa cultura, Freyre não possui o objetivo manifesto de fazer da sua obra subsídio para ação política direta, embora ela tenha sido apropriada a partir dessa perspectiva. As análises que o autor elabora possuem uma tendência a perceber o conflito como ponto nodal das relações sociais, é nesse sentido que em Freyre o conflito é constitutivo da realidade, algo que diz respeito ao próprio caráter do que é o convívio em sociedade. Para o sociólogo, a existência do conflito não apaga a possibilidade de uma convivência harmônica, daí a necessidade de observar como os processos de integração ou segregação social e cultural se elaboram num cenário de conflitos perenes.

Já a análise de Beltrão (2001) pode ser caracterizada como político-histórica, pois pretende se transformar num mecanismo de mobilização e transformação política e social. A todo o momento o autor afirma o necessário conhecimento das práticas folkcomunicativas com o intuito de melhorar a integração entre os diferentes grupos da nação, facilitando a implementação dos planos e metas desenvolvimentistas e a consequente transformação da realidade social das populações menos favorecidas. No pensamento do autor, o conflito surge como algo a ser superado, a ser substituído pelo alcance de uma ordenação harmônica e coesa, onde toda a nação possua um mesmo objetivo social, político e econômico.

Mesmo com enfoques analíticos distintos e posicionados em espaços institucionais diferentes, cada qual com coordenadas teóricas particulares, ambos os autores aqui analisados chegam a conclusões semelhantes em diversos pontos. Como esperamos ter demonstrado, a dinâmica de relacionamento entre o saber comunicacional e o saber social no Brasil se caracteriza pela existência de uma conexão possível graças a presença de um horizonte de problemas comuns e a produção de diagnósticos semelhantes a respeito da realidade social brasileira.

Como plano de fundo que embasa diferentes reflexões, a conceituação sobre as características do Brasil nação conecta o pensamento social ao pensamento comunicacional no momento em que permite a integração de diferentes enfoques e temáticas em torno de uma mesma questão. Diferentes são os argumentos e a maneira como cada autor articula esses argumentos com seus temas analíticos privilegiados, diferente também são as posições institucionais a partir da qual cada autor enuncia, no entanto, Gilberto Freyre e Luiz Beltrão acabam por se localizar dentro de um mesmo contexto discursivo.

Caminhos abertos: o que ainda há por descobrir

Como forma de corroborar o argumento que aqui defendemos, de que existe forte proximidade entre o pensamento social de Gilberto Freyre (1998) e o pensamento comunicacional de Luiz Beltrão (2001), no que diz respeito à maneira como cada autor compreende a questão da integração nacional brasileira e o diagnóstico que elaboram sobre a nossa realidade social; recortamos duas citações conclusivas da obra de cada um dos autores que ilustram nossas ideias.

Ao findar sua obra Freyre afirma:

Mesmo, porém, a essa fase de maior diferenciação social entre sobrados e mucambos, correspondentes à maior desintegração do sistema patriarcal entre nós, não têm faltado elementos ou meios de intercomunicação entre os extremos sociais ou de cultura. De modo que os antagonismos que não foram nunca absolutos, não se tornaram absolutos depois daquela desintegração. E um dos elementos mais poderosos de intercomunicação, pelo seu dinamismo de raça, e principalmente, de cultura, tem sido, nessa fase difícil, o mulato (1998, p. 659).

Enquanto Beltrão, na conclusão do seu livro afirma que:

Os dois brasis – o do litoral e dos centros altamente industrializados, com suas populações sujeitas à influência da imprensa, do rádio, da televisão e do cinema e com maiores facilidades de elevação do seu nível cultural; e o hinterlândia, mergulhado num quase isolacionismo e falta de condições e predisposições para aceitar novas ideias e efetuar uma mudança social a curto prazo, como reclama o ritmo do progresso cultural e tecnológico da humanidade – os dois brasis diferem profundamente em graus de cultura e economia, em linguagens, em meios de expressão. Contudo, identificam-se por suas origens étnicas, seus ideais filosóficos e políticos, seus espiritualismos e pelo idioma comum, o que lhes facilita um entendimento, vez que as elites culturais e dirigentes saibam usar os instrumentos e as técnicas adequadas a uma comunicação positiva e eficaz (2001, p. 256)

Atestando a existência de uma dicotomia que dividia a nação em dois grandes grupos, ambos os autores se preocupam com as consequências sociais e políticas dessa falta de integração social. Não compartilham de um mesmo objetivo, pois possuem projetos intelectuais e políticos distintos, cada qual com suas temáticas e práticas características. No entanto, aproximam-se no que diz respeito à forma como produzem uma determinada interpretação sobre a realidade social brasileira.

Ao estruturar nossa análise a partir do eixo central da integração social brasileira, criando critérios explicativos e comparativos como heterogeneidade cultural, atores que expressam essa heterogeneidade e práticas sociais que materializam a diversificação social, buscávamos explicitar as dinâmicas que poderiam caracterizar o relacionamento entre pensamento social e pensamento comunicacional brasileiro. Sabemos agora que essa relação existe, que é possível mapeá-la, produzindo uma pequena cartografia sobre os processos de interação intelectual entre essas áreas do conhecimento. Sabemos também que há um trabalho substancial a ser realizado na direção de verificar o grau, a intensidade e as consequências intelectuais e institucionais desse relacionamento, tendo sempre em vista a preocupação em tornar visível os processos e as práticas nas quais ele se sustenta.

Referências Bibliográficas

- ARAÚJO, Ricardo Benzaquen de. *Guerra e Paz: Casa-Grande & Senzala e a obra de Gilberto Freyre nos anos 30*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- FREYRE, Gilberto. *Casa - grande e Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 51ª ed. São Paulo: Global, 2006.
- _____. *Sobrados e Mucambos: introdução à história patriarcal no Brasil - 2*. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- MELLO, José Marques de. (Org.). *Mídia e Folclore: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão*. Maringá/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá /Universidade Metodista de São Paulo / Cátedra Unesco de Comunicação, 2001.
- MEUCCI, Simone. *Gilberto Freyre e a Sociologia no Brasil: da sistematização à constituição do campo científico*. Tese (Doutorado em Sociologia)-Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UNICAMP, Campinas, 2006.
- ORLANDI, Eni. (Org.) *Discurso fundador – a formação do país e a construção da identidade nacional*. Campinas: Pontes, 1993.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e Identidade Nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2006.

Epistemologia e comunicação: debatendo o objeto comunicacional

*Epistemology and communication:
debating the object of communication*

Daniel Christino | dchristino@gmail.com

Possui graduação em Filosofia pela Universidade Federal de Goiás (1998), graduação em Comunicação Social Habilitação Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás (1994) e mestrado em Filosofia pela Universidade Federal de Goiás (2001). Atualmente é professor titular da Universidade Federal de Goiás e doutor em Comunicação pela UnB. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Epistemologia e Filosofia da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: fenomenologia, teoria da comunicação, narrativas e transmídias.

Resumo

A partir de uma reconstituição histórico-filosófica das bases modernas da epistemologia, o artigo procura discutir o problema do objeto comunicacional enfatizando a delimitação de uma configuração epistemológica originária que situa o debate na interseção entre os modelos de investigação das ciências humanas e das ciências da natureza

Palavras-Chave: Epistemologia da comunicação; Linguagem; Filosofia da comunicação.

Abstract

The article discusses the problem of the object of communication addressing a reconstruction of the historical-philosophical foundations of modern epistemology and emphasizing the delineation of a configuration that places the original epistemological debate on the intersection between research models of human sciences and the natural sciences.

Keywords: *Epistemology of communication; Language; Philosophy of communications.*

Considerações iniciais

O principal dilema epistemológico concernente ao campo da comunicação é a dupla natureza do seu objeto. Tal qual Jano, o objeto comunicacional olha para os dois lados da fronteira entre as ciências do espírito e as ciências da natureza. Ao mesmo tempo em que é possível justificar um recorte eminentemente culturalista da comunicação, podemos reclamar, de modo igualmente justo, os direitos da ciência da informação sobre o mesmo objeto. Ambas as posições parecem estar corretas e suas respectivas abordagens produzem conhecimento pertinente. Entretanto, do ponto de vista histórico, estas duas epistemologias travam uma acirrada batalha por espaço institucional e justificação epistêmica desde, pelo menos, Descartes e Vico.

O objeto comunicacional parece ser capaz de existir, assim como o gato de Schrödinger, numa tensão entre dois campos científicos com princípios epistemológicos distintos e, por vezes, francamente conflitantes. Entretanto, ainda assim o campo comunicacional refere-se a seu objeto como uma unidade ontológica. O mesmo dilema acompanha, desde o nascedouro, a conhecida tese da natureza interdisciplinar da comunicação. Formada pelo atravessamento de diversos campos científicos, a comunicação é essa tessitura de discursos que lhe rasgam o centro, cada um se movendo em direção ao seu horizonte próprio. Falar numa unidade ontológica do objeto aqui é mero fogo de artifício. Neste caso a comunicação é apenas um discurso sobre outros discursos, uma elaboração de segunda ordem apoiada ora na sociologia, ora na história, ora na filosofia, ora na cibernética e assim por diante.

Contudo, se queremos ainda manter a ideia de uma unidade ontológica do objeto comunicacional frente ao esfacelamento provocado pela tese da interdisciplinaridade, cumpre oferecer uma definição acessível de epistemologia. Há, em geral, dois modelos possíveis para a definição de um conceito. Podemos abordá-lo desde a perspectiva filológica, ou seja, acessar seu conteúdo semântico tradicionalmente copilado no dicionário e, a partir daí, notarmos as modificações que o conceito sofreu durante seu percurso na história do pensamento – e, neste caso específico, sua transformação em disciplina filosófica. Mas também podemos tentar entendê-lo em seu uso cotidiano, pragmaticamente. Neste sentido, interroga-se sobre o significado do termo em suas diversas situações de uso. De qualquer forma, começa-se sempre pela pergunta aristotélica clássica – estrutura que ele acreditava capaz de fornecer a “fórmula da essência” de um conceito: o que é epistemologia?

O uso filosófico moderno do termo começa com Kant. Em sua “Crítica da razão pura”, Kant se pergunta, em geral, por que devemos acreditar que a física newtoniana é correta e seus juízos acerca do mundo podem ser considerados como conhecimento científico. Nos termos de Kant a questão epistemológica se articulou como a questão sobre a condição de possibilidade da verdade de certos juízos sobre o mundo. Ou seja, o problema clássico da justificação. A resposta de Kant supunha ser possível atribuir à evidência experimental um fundamento transcendental conformado na analítica da subjetividade. Ele usa o mesmo esquema quando analisa

os juízos morais e estéticos. Sua validade encontra-se tanto na experiência quanto em estruturas cognitivas inatas – que ele denomina com a expressão latina *a priori*.

Há sérios problemas com a resposta kantiana à questão epistemológica que ele mesmo formulou: “o que posso saber?”. Mas não nos cabe aqui aprofundar a crítica sobre o modelo kantiano. Sua filosofia nos interessa na medida em que sua formulação determinou o modo como se discutiria epistemologia a partir de então. Há um pressuposto em Kant que devemos abordar se quisermos compreender o papel importante da reflexão epistemológica na comunicação e, para tanto, precisamos recuperar a distinção cartesiana entre *res cogitans* e *res extensa* (dualismo) e, em seu desdobramento, as conclusões que Newton retira desta separação.

A grande mudança que Descartes provocou no conhecimento escolástico no qual ele havia se formado foi imaginar que o conhecimento não estava fundamentado na existência divina. Segundo Etienne Gilson, a epistemologia moderna entra no mundo a partir das Meditações de Descartes. Até então, a possibilidade do saber estava dada pelo fundamento ontológico da criação. Ambos, homem e mundo, haviam sido criados por Deus e, portanto, compartilhavam o mesmo status ontológico. O ser do homem medieval, assim como o ser do mundo, é ser criação divina. Nessa situação, a discussão sobre o saber se resumia à gnosiologia, ou seja, ao debate sobre os diversos tipos e formas de conhecimento e não sobre sua possibilidade.

A separação cartesiana entre sujeito e objeto introduz o problema das condições de possibilidade do conhecimento. Descartes procura resolvê-lo a partir da constituição ontológica do sujeito e, com isso, atribui-lhe, além da condição de criatura, o *locus* a partir do qual todo o conhecimento pode surgir e se basear. Um conhecimento racional, abstrato e dedutivo; em suma, matemático.

Isso não seria suficiente. Como bem apontaram Hume e os empiristas ingleses, as ideias inatas de Descartes não dão conta do conhecimento obrigatoriamente derivado da experiência. O sujeito cartesiano pensa a experiência como uma derivação da racionalidade e, portanto, não dá conta da física. É possível dizer que o embate entre racionalistas e empiristas continua até hoje, com ênfase para um lado ou para o outro na medida em que a ciência avança e se modifica historicamente. Aliás, a atualização deste debate se dá, atualmente, na querela entre realistas e não-realistas

Newton dialoga diretamente com Descartes. No início de sua produção filosófica, Descartes escreve – e deixa inacabado – um pequeno tratado chamado *Regulae ad directionem ingenii*¹ no qual delinea o que seria seu “método” geométrico-dedutivo. Em seu *Philosophiae Naturalis Principia Mathematica*², Newton inclui uma discussão, denominada exatamente “regras para a direção do espírito”, na qual procura enumerar as leis fundamentais que norteiam o uso da razão na ciência. As regras, ou hipóteses, são as seguintes:³

- Não se hão de admitir mais causas das coisas naturais do que as que sejam verdadeiras e, ao mesmo tempo, bastem para explicar os fenômenos de tudo. A natureza, com efeito, é simples e não se serve do luxo de causas supérfluas das coisas.

- Logo, os efeitos naturais da mesma espécie têm as mesmas causas. Assim, as causas da respiração no homem e no animal, da descida das pedras na Europa e na América, da luz no fogo de cozinha e no sol, da reflexão da luz na terra e nos planetas.

- Todo corpo pode transformar-se num corpo de qualquer outra espécie e adquirir sucessivamente todos os graus intermediários das qualidades.⁴

- O centro do sistema do mundo está em repouso.⁵(NEWTON, 1996, p. 253)

A grande diferença entre eles, tanto aqui como na totalidade de seus sistemas de explicação da física, encontra-se no papel preponderante que a experiência possui em Newton, enquanto Descartes se baseia quase que inteiramente no racionalismo dedutivo. No caso específico das regras newtonianas cada uma equivale a um princípio organizador do pensamento: simplicidade; uniformidade e homogeneidade (cuja adição implica na ideia de universalidade) e controle (experiência).

O que nos interessa particularmente nas regras newtonianas é sua dupla natureza. Elas são ao mesmo tempo normativas e descritivas. São normativas na medida em que indicam os critérios aos quais todo tipo juízo deve se submeter se quiser pretender constituir-se conhecimento ou, conseqüentemente, justificar-se como tal. São descritivas na medida em que indicam os elementos que compõem a ideia – metafísica – de natureza que está na base da ciência moderna. As regras newtonianas são ao mesmo tempo uma receita para a justificação dos juízos científicos e uma descrição da ideia de natureza como totalidade, de sua ontologia.

Foi isso que Kant percebeu e elaborou com obsessão. Suas três críticas constituem um aprofundamento da concepção cartesiana de subjetividade, seu desdobramento em diversas faculdades (inclusive a genial descrição do tempo e do espaço como estruturas *a priori* da percepção) e o estabelecimento das condições de justificação do conhecimento científico. Em certo sentido, a empreitada kantiana procurou associar elementos tanto das teorias racionalistas quanto das teorias empiristas. A ideia de um juízo sintético *a priori* é, entre outras coisas, o modo como se pode formular tal junção.

Desta discussão introdutória pode-se entender que a noção de epistemologia adotada neste artigo compreende tanto uma discussão sobre o problema da justificação – quais são as bases para que as proposições enunciadas pela “ciência da comunicação” tenham alguma pretensão de verdade – quanto uma caracterização do sujeito envolvido na configuração – ou cena – epistemológica fundamental (a oposição fundante entre sujeito e objeto proposta por Descartes). Assim, refletir sobre epistemologia é refletir, em princípio, sobre estas duas coisas. Quais são as condições básicas para distinguir uma proposição verdadeira de uma falsa no campo comunicacional? Que tipo de sujeito está implicado nas teorias da comunicação que compõem o campo?

Duas direções possíveis

Se observarmos os textos sobre teorias da comunicação veremos que alguns deles procuram distinguir dois eixos principais de caracterização das teorias existentes que correspondem aproximadamente à distinção apresentada por Dan Sperber e Deirdre Wilson ⁶ ainda na década de 80. Os autores propõem entender o fenômeno da comunicação intersubjetiva a partir de dois modelos. O primeiro, que eles denominam *code model* (ou modelo em código) a comunicação é vista como um processo computacional, e.g., a teoria matemática da comunicação. O pressuposto envolvido aqui é o de que a comunicação resume-se a um processo de codificação e decodificação informacional aplicável a qualquer contexto no qual aconteça uma dinâmica interacional. Dito de outro modo, mesmo a comunicação humana nada mais é do que uma sofisticação, por vezes um complicador, do modelo básico de troca informacional.

A teoria matemática da comunicação foi uma das primeiras a teorizar os elementos constitutivos do processo comunicacional enquanto tal e a falar em comunicação como um fenômeno próprio, embora articulado numa totalidade sistêmica. Independentemente da eficiência explicativa do modelo, herdamos também um tipo de “configuração” do objeto comunicacional que ainda permanece ativo nos debates atuais. Configuração, neste contexto, significa o modo pelo qual visualizamos (intuímos) o objeto epistemológico do campo, e pode ser ilustrado de modo mais claro para nós, residentes das ciências humanas, pelo modelo de Lasswell ⁷. As perguntas “Quem? O quê? Para quem? Qual canal? Com que efeito?” constituem outro modo de apresentação da mesma figuração – na verdade uma tradução do modelo matemático para o campo sociológico. Em certo sentido, quando usamos a expressão “ciência da comunicação”, estamos nos referindo – seja diretamente, seja de modo oblíquo ou metafórico – a esta configuração modelar. O pressuposto essencial é o de que comunicar é transferir informação; seja entre dois polos mecânicos – dois computadores –, ou humanos. Há comunicação quando há codificação, transferência e decodificação.

Obviamente o modelo foi se sofisticando ao longo do tempo, mas sua essência permaneceu a mesma, ou seja, um modelo linear (não importa se adotando ou não a ideia de *feedback*) que não integra o sentido das proposições à eficiência do processo; ou melhor, reduz o fenômeno do sentido ao da codificação e decodificação informacional. Vale a pena notar que esta ideia de comunicação está na base da atual analogia da mente com o computador (uma analogia altamente explicativa e cujos resultados aprofundaram enormemente o conhecimento que se tem sobre o funcionamento do cérebro), derivada em grande parte de uma intuição do matemático Alan Turing.

De acordo com o sentido de epistemologia adotado neste artigo, a pergunta que se deve fazer agora é a seguinte: o que há de verdadeiro neste modelo? Que tipo de sujeito ele implica?

Na tradição dos estudos em comunicação esta configuração se impôs como estrutura fundamental do objeto. Menos por motivos ideológicos do que por sua força explicativa. Em certo sentido, o modelo matemático da teoria da comunicação – ou, modelo da comunicação em código – ilumina vários aspectos do fenômeno comunicacional assim como ele foi visto tradicionalmente. Isto que chamei “configuração” acabou se estabelecendo como o padrão para os discursos sobre o objeto comunicacional de modo que a maioria das teorias acabe sendo uma derivação ou confirmação desta configuração. Seus elementos constituem a base para as descrições e explicações dos fenômenos comunicacionais. Assim, a publicidade, por exemplo, nada mais é do que um modo – em certo sentido uma técnica – de composição das mensagens que trafegam por certo canal (ou mídia) operando a mediação entre os sujeitos engajados num mesmo ambiente social cujo traço determinante é a ideia de consumo. A própria ideia de mediação pode ser entendida como uma derivação deste modelo em código, ou linear, ou matemático. Tais derivações, assim como em Lasswell, operam modificações adaptativas à configuração original, atribuindo ênfase a determinados aspectos cujo protagonismo acaba determinando o discurso epistemológico específico àquela região da comunicação. As atuais tentativas de se fundar uma teoria do jornalismo, por exemplo, não tem conseguido escapar a esta configuração original, em parte, acredito, porque deixam propositadamente de abordar o problema epistemológico pelo amplo viés da comunicação.

Em oposição ao modelo em código, Sperber e Wilson defendem o que denominam modelo inferencial ou teoria da relevância. Os autores definem o processo cognitivo de codificação e decodificação como o emparelhamento entre sinais fonéticos e significados pragmáticos (*utterance*). Para eles, a questão encontra-se na enunciação das sentenças. Com isso pretendem pensar a comunicação “em movimento” e não apenas em referência a um modelo estático. Em geral, tal abordagem enfatiza a intencionalidade do enunciador e, claro, do receptor.

É verdade que a linguagem é um código que emparelha representações fonéticas e semânticas de sentenças. No entanto, existe uma lacuna entre as representações semânticas das sentenças e os pensamentos realmente comunicados pelos enunciados. Essa lacuna é preenchida não por mais codificação, mas por inferência. Além disso, há uma alternativa para o modelo em código da comunicação. A comunicação tem sido descrita como um processo de reconhecimento inferencial das intenções do comunicador. (SPERBER; WILSON, 2004, 119)⁸

Ainda estamos dentro da mesma configuração epistemológica, mas com uma variante muito importante: o processo de codificação e decodificação não se encontra no processamento das linhas de código, isto é, não está contido nas regras de funcionamento exclusivamente inerentes à linguagem. Apoiados na tradição pragmática da filosofia de linguagem, eles introduzem a noção de inferência no modelo cognitivo e descritivo do sujeito engajado nestas relações de comunicação. Isso quer dizer: a comunicação não está circunscrita à limpidez

do código, mas depende necessariamente do modo como os falantes acessam o mundo semântico no qual estão inseridos; depende necessariamente do ruído para ser compreendida e não da sua supressão.

O que nos interessa nesta teoria da inferência – aqui apenas delineada – é a ideia de que a comunicação depende do modo como acessamos aquilo que está, a princípio, fora do processo comunicativo entendido apenas como processamento de um código. O mundo (e precisamos especificar o que se pode entender por esta expressão) é essencial para o sucesso ou fracasso de qualquer comunicação. Ele pode ser considerado como o verdadeiro meio no qual se dá a interação comunicativa. Epistemologicamente falando, o modelo inferencial de comunicação tematiza a questão do sujeito que deixamos suspensa no início da nossa fala. Apontamos, inicialmente, que a discussão epistemológica deveria endereçar duas questões essenciais: a justificação e a subjetividade. Estas questões estão necessariamente imbricadas e podemos tematizá-las conjuntamente.

Para tanto, devemos nos perguntar, finalmente, o que de fato caracteriza a comunicação humana e a separa, por exemplo, da comunicação entre sistemas artificiais ou biológicos. A resposta encontra-se no modo como o ser humano constitui sentido (*Sinn*). O modelo inferencial defendido por Sperber e Wilson nos indica que este sentido, embora seja construído a partir de uma operação cognitiva articulada pela linguagem natural, é existencialmente enraizado, isto é, está essencialmente amarrado a uma noção simbólica de mundo. Dito de outro modo, só nos é possível interpretar o sentido das enunciações nos referindo à experiência de mundo na qual tanto nós mesmos quanto nossa linguagem está mergulhada.

Não nos cabe nesta conferência mergulhar no problema filosófico da subjetividade – tarefa necessária se quisermos aprofundar a investigação –, mas é possível afirmar que a constituição de tal sujeito não pode mais ser, ao modo cartesiano, uma espécie de mônada isolada de seu contexto. É essencial para se compreender a comunicação e fundamentá-la epistemologicamente que o elo entre o sujeito e seu mundo simbólico seja esclarecido.

Nesse sentido, o essencial da comunicação não se encontra, como tradicionalmente se tem afirmado, num dos polos da cena epistemológica informacional. Ele talvez se encontre no espaço que constitui o “entre” desses polos. O sentido de mediação implicado nos fenômenos comunicacionais talvez esteja mais próximo da ideia de ambiente do que da ideia de conexão ou mediação.

A complexidade do objeto comunicacional

A diferenciação epistemológica entre os modos de investigação das ciências sociais e das ciências da natureza que fundamenta a distinção entre os modelos da comunicação em código e inferencial apresentados por Sperber e Wilson encontra-se também no centro da concepção de comunicação de

Flusser (9); especialmente no que se refere a uma fundamentação existencial desta diferença. A ideia de que por trás da comunicação encontra-se o impulso de superação da finitude – “A comunicação humana é uma técnica artística cuja intenção é nos fazer esquecer o absurdo brutal de uma vida condenada à morte”¹⁰ (FLUSSER, 2002, p. 04) – conforma tal concepção, de modo que a comunicação humana se diferencia da comunicação vista como processo natural não em função do *modo* como ocorre, mas do *porquê* ocorre.

Flusser mantém o mesmo modelo de comunicação tanto para o conhecimento produzido pelas ciências da natureza quanto para o conhecimento produzido pelas ciências humanas, ou humanidades. Tal modelo resume-se ao que o filósofo acreditava ser o essencial em todo fenômeno comunicacional: a codificação, transmissão e decodificação de informação. A diferenciação do tipo de conhecimento produzido a partir desta configuração, por sua vez, deriva da distinção entre processos comunicacionais naturais e artificiais. O núcleo da diferença está na intenção humana de preservar informação contra a tendência da natureza para a entropia.

A artificialidade desse fenômeno torna-se aparente quando vista a partir da perspectiva de interpretação. A artificialidade de seus métodos - a produção intencional de códigos - é apenas parte do problema. A comunicação humana é antinatural. Na verdade, ela é perversa, porque quer armazenar as informações que adquire. É “negativamente entrópica.” Pode-se supor que a transferência de informações adquiridas de uma geração para outra é um aspecto essencial da comunicação humana, uma característica geral da humanidade: o homem é um animal que descobriu alguns truques com a finalidade de armazenar informação adquirida. (FLUSSER, 2002, p. 5).¹¹

Assim, embora possamos definir comunicação de modo semelhante seja do ponto de vista humanista seja do ponto de vista puramente natural, o sentido do fenômeno para cada um destes campos é distinto; necessitando, portanto, de modelos investigativos distintos. Epistemologicamente, Flusser traça esta diferença defendendo que o conhecimento científico é próprio das ciências da informação e possui uma natureza explanatória enquanto as ciências humanas produzem conhecimento interpretativo e a elas pertenceriam às teorias da comunicação (FLUSSER, 2002, p.7).

O que nos interessa aqui é, na verdade, o modo como Flusser opera com os dois paradigmas de investigação do fenômeno comunicacional procurando preservar uma unidade mínima do objeto. Embora neste texto específico a visada seja, de fato, não-realista e disjuntiva – Flusser admite de bom grado que os horizontes epistemológicos das ciências da natureza e humanas são incomensuráveis, a ponto de sugerir tratar-se, na verdade, de dois objetos de investigação distintos – a configuração originária para qualquer uma das perspectivas é a mesma que tradicionalmente está presente em várias outras teorias da comunicação: o processamento de informação, isto é, codificação e decodificação informacionais. Prova disso é o modo como a investigação do filósofo se desenvolve numa reflexão detalhada do código – linguagem – indicado como aspecto essencial do fenômeno comunicativo.

No que diz respeito a uma investigação epistemológica assim como definida no âmbito deste artigo, Flusser se esforça por articular os pressupostos para uma possível teoria da justificação ao dar ênfase ao problema da linguagem ao mesmo tempo em que se posiciona sobre as características básicas do sujeito comunicacional situando-o no âmbito existencial. Entretanto, o decisivo é que Flusser procura manter uma unidade do objeto propondo uma configuração original baseada no processamento informacional sem nunca abandonar a perspectiva especificamente humana do processo.

Tal perspectiva é, de fato, existencial, ou seja, o modo humano de comunicar implica a construção de um espaço simbólico e interpretativo no qual a comunicação acontece, uma certa “ambiência” próxima ao que a tradição fenomenológica denominou *Lebenswelt* e conformada na experiência da intersubjetividade. Por fim, também em Flusser se encontra a tensão entre aspectos distintos do fenômeno comunicacional e seu pertencimento a regiões ontológicas diferentes, das quais se originam exigências epistemológicas distintas. Esta tensão aponta na direção não exatamente da interdisciplinaridade – não se trata, ao fim e ao cabo, do debate entre disciplinas – mas de uma complexidade originária que exige, talvez, modos novos e híbridos de interpretação do objeto.

Conclusão

Devemos nos perguntar pelo sujeito comunicacional, ou seja, pela concepção de subjetividade assumida nas teorias da comunicação que estudamos na academia. É ela que guia nosso entendimento dos processos e dos produtos estudados neste campo. O sujeito cartesiano, isolado em sua ipseidade, vem modulando secretamente nossos estudos e está subentendido no modelo informacional que orienta nossa configuração do fenômeno. Mas não seria possível pensar outro tipo de subjetividade engajada nos processos comunicativos? Não teria este estudo que se encaminhar na direção das humanidades?

A complexidade do fenômeno comunicacional deriva exatamente desta ambiguidade epistemológica: nosso objeto pertence tanto às ciências do espírito quanto às ciências da natureza – para usar a clássica terminologia do século XIX alemão e permanecer no rastro de Flusser. Nada demonstra esta realidade com maior clareza do que a persistência do modelo em código como base ainda em uso para nossa configuração do objeto. Diversas teorias da comunicação nada mais fazem do que transpor tal configuração para o campo das ciências humanas (e sociais), como o exemplo de Lasswell deixou bem claro.

A herança newtoniana que ainda hoje alimenta com vigor as condições de possibilidade para atribuição de valores de verdade aos juízos científicos pulsa forte nas teorias ligadas aos processos informacionais. E, devemos dizê-lo, elas não podem simplesmente ser consideradas sem valor ou mesmo ultrapassadas. Por outro lado, os aspectos simbólico-existenciais dos processos comunicacionais, seu sentido e uso no mundo humano, seu significado – especificamente para o campo da ética – escapa a qualquer tentativa de redução a este modelo informacional, não obstante seu caráter paradigmático na ampla

definição do objeto comunicacional. Tão claro como o fato de que o modelo informacional explica certos aspectos do fenômeno comunicacional (inclusive aspectos humanos), ele é incapaz de explicar as dimensões culturais e sociais que extrapolam e – como indica o modelo inferencial – determinam certas dinâmicas deste mesmo fenômeno.

A comunicação é, portanto, um objeto complexo porque extrapola a distinção fundamental entre modos de saber (próprios das ciências da natureza em oposição às ciências sociais), provocando uma tensão epistemológica que tem feito tanto as teorias quanto as tentativas de justificação esbarrarem em limites enunciativos. Por outro lado, a ideia de uma teoria unificada do campo comunicacional – a verdadeira tarefa de qualquer fundamentação – parece uma utopia distante.

Por fim, estudar epistemologia é exatamente enfrentar estes problemas formal e historicamente, não se furtando aos diálogos necessários tanto com a história da ciência e da filosofia quanto com os modelos explicativos pertinentes ao próprio campo comunicacional. Resta-nos, como pesquisadores, tentar, com todas as nossas forças, alcançar a profundidade destas questões.

Referências Bibliográficas

- DESCARTES, René. *Meditações metafísicas*. Petrópolis: Martins Fontes, 2011.
- HEIDEGGER, M. *Kant and the problem of metaphysics*. Indianapolis: Indiana University Press, 1997.
- KUSCH, M. *Linguagem como cálculo versus linguagem como meio universal*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- NEWTON, Isaac. *Princípios Matemáticos*. In: Coleção Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1996.
- ROSSI, P. *O nascimento da ciência moderna na Europa*. Bauru: EDUSC, 2001.
- SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. *Relevance, communication and cognition*. Oxford: Blackwell, 2004.
- STEGMÜLLER, W. *A filosofia contemporânea*. São Paulo: E.P.U., 1977.
- FLUSSER, Vilém. *Writings*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.

Notas

1. Regras para a direção do espírito.
2. Princípios Matemáticos da Filosofia Natural.
3. NEWTON, Isaac. Princípios Matemáticos. In: Coleção Pensadores. Abril Cultural. São Paulo : 1996.
4. A formulação da segunda edição é mais clara: “as qualidades dos corpos que não podem ser aumentadas e diminuídas, e aquelas que pertencem a todos os corpos nos quais é possível realizar experiências devem ser consideradas qualidades de todos os corpos”.

5. Novamente, na segunda edição temos: “Na filosofia experimental devemos considerar as proposições inferidas dos fenômenos por uma indução geral como exatas ou ao menos como aproximadamente verdadeiras, não obstante qualquer hipótese contrária que se possa imaginar, até o momento em que outros fenômenos ocorram que as façam mais exatas ou sujeitas a exceções.”
6. Uma distinção parecida encontra-se na análise heideggeriana da linguagem em *Ser e Tempo* (§34). “Comunicação nunca é a transposição de vivências, por exemplo, de opiniões e desejos do interior de um sujeito para o interior de outro sujeito. A co-presença já se revelou essencialmente na disposição e compreender comuns. O Ser-com é *partilhado* “expressamente” na fala”. Cf. também Kusch, M.. *Linguagem como cálculo versus linguagem como meio universal*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
7. A referência a Lasswell é meramente ilustrativa. Os estudos sociológicos da comunicação já ultrapassaram em muito a necessidade de uma fundamentação cientificista do seu conhecimento como a que inspirou as primeiras pesquisas funcionalistas da comunicação. Entretanto, a configuração sugerida ainda vigora.
8. Tradução do autor. *It is true that a language is a code which pair phonetic and semantic representations of sentences. However, there is a gap between the semantic representations of sentences and the thoughts actually communicated by utterances. This gap is filled not by more coding, but by inference. Moreover, there is an alternative to the code model of communication. Communication has been described as a process of inferential recognition of the communicator's intentions. We will try to show how this description can be improved and made explanatory.*
9. Especialmente em FLUSSER, Vilém. *Writings*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.
10. Traduções são do autor. No original: Human communication is an artistic technique whose intention it is to make us forget the brutal meaninglessness of a life condemned to death.
11. No original: *The artificiality of this phenomenon becomes apparent when viewed from the perspective of interpretation. The artificiality of its methods—the intentional production of codes—is only part of the problem. Human communication is unnatural. In fact, it is perverse, because it wants to store the information it acquires. It is “negatively entropic.” One can assume that the transfer of acquired information from one generation to another is an essential aspect of human communication, a general characteristic of humankind: man is an animal that has discovered certain tricks for the purpose of storing acquired information.*

Uma partida em imagens: Instagram, Futebol e Materialidades da Comunicação

A match in images: Instagram, Football and the Materialities of Communication

Ronaldo Helal | rhelal@globo.com

Professor Associado da Faculdade de Comunicação Social da Uerj e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj. Colíder do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura”, cadastrado no CNPq. Possui mestrado em Sociologia - New York University (1986) e doutorado em Sociologia - New York University (1994). É Pós-Doutor em Ciências Sociais pela Universidad de Buenos Aires (2006). É pesquisador do CNPq.

Fausto Amaro | faustoarp@hotmail.com

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj com bolsa Capes. Atua no projeto de pesquisa “Meios de Comunicação, Idolatria, Identidade e Cultura Popular”, onde foi bolsista Pibic/CNPq por mais de um ano, sob orientação do Professor Ronaldo Helal. Também participa como voluntário do projeto “Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura”, sob orientação da Professora Fátima Régis. É um dos editores do blog “Comunicação, Esporte e Cultura”.

Débora Gauziski | deboragauziski@gmail.com

Mestranda em Comunicação pelo PPGCom/Uerj. Bolsista Capes e membro do grupo de pesquisa Arte midiática: dinâmicas estéticas e comunicativas na cidade contemporânea, coordenado pelo professor Fernando do Nascimento Gonçalves. Especialista em Jornalismo Cultural pela UERJ e graduada em Comunicação Social (habilitação Jornalismo) pela Universidade Estácio de Sá.

Resumo

Os trabalhos acadêmicos em Comunicação no Brasil que enfocam o Esporte possuem tradicionalmente uma abordagem ligada à sociologia clássica, tratando normalmente de representações sociais e teorias jornalísticas, tendo como método principal a análise do discurso midiático. No presente artigo, rompendo com esse paradigma, investigamos as formas de apropriação do Instagram, aplicativo de compartilhamento de imagens, por torcedores de futebol. A partir de algumas tags, referentes à final da Libertadores 2012, efetuamos uma investigação acerca da produção de presença nas fotos postadas.

Palavras-Chave: Instagram; futebol; imagem.

Abstract

The Brazilian academic papers in Communication that focus on sports have their traditional approach linked to classical sociology, usually dealing with social representations and journalistic theories, having as main method the analysis of media discourse. In this paper, breaking with this paradigm, we investigate ways of appropriation of Instagram, a photo sharing application, by football fans. From some tags related to the final of the championship Libertadores 2012, we carried out an investigation on the production of presence in the photos posted.

Keywords: Instagram; football; image.

Introdução

No cerne das Ciências Sociais e Humanas estaria em curso uma mudança no paradigma epistemológico e metodológico. Enquanto a Sociologia Clássica, herdeira do pensamento e do método de Émile Durkheim, foca-se no sujeito – no homem como o grande eixo sob o qual o mundo gira e enquanto único produtor de sentido –, a “nova” Sociologia, vinda do resgate dos ideais de Gabriel Tarde por Bruno Latour e outros autores, pleiteia um olhar mais detido para os objetos (os não-humanos ou inumanos), uma vez dotados de agência e em constantes associações com os entes humanos, nas chamadas redes sociotécnicas (LATOURE, 2005). A própria noção de modernidade e pós-modernidade é posta em xeque por esses autores¹, vide o livro *Jamais fomos modernos* (LATOURE, 1994).

Outro deslocamento presente nessa sociologia das associações (LATOURE, 2005) ou sociologia das ciências e das técnicas (CALLON, 1997) está na abordagem metodológica. Ressalta-se que a tradição moderna ocidental adota a hermenêutica, na interpretação² de textos e imagens, como fonte primordial de obtenção do conhecimento e método legítimo de seu fazer científico. Bruno Latour, Steven Shavero, Michel Callon, Hans Gumbrecht e outros teóricos, por sua vez, mudam a perspectiva na descrição dos objetos pesquisados. Para esses autores, devemos esgotar um objeto por meio justamente de sua descrição. No decorrer desse processo descritivo, encontraríamos as respostas e achados que procurávamos inicialmente, ou não, mas apostas erradas também fazem parte da ciência.

Um dos principais autores a documentar esse processo de “virada” epistemológica e empírica foi Hans Ulrich Gumbrecht. Em seu livro *Produção de Presença* (2010)³, logo nos dois primeiros capítulos, fornece aos leitores um elucidativo panorama dessa dicotomia entre modos de fazer ciência, com a reunião de um corpo de pesquisadores que refletiam sobre a dimensão material dos objetos. Gumbrecht é adepto da teoria das materialidades, que, apesar das proximidades com a Teoria Ator-Rede de Latour, não é a mesma coisa que ela. Ambas se assemelham primordialmente na atenção aos suportes e no reconhecimento de sua importância.

No campo da Comunicação e Esporte, onde esse artigo se encaixa, os trabalhos utilizam-se majoritariamente de uma perspectiva clássica, como demonstraremos à frente, seja em abordagens históricas ou sociológicas. Tentamos aqui propor um novo olhar para essa interface, seguindo a linha dos autores das materialidades.

Deste modo, neste trabalho, nos propomos a analisar as formas de apropriação do Instagram, aplicativo de compartilhamento de imagens, por torcedores de futebol. A partir de algumas *tags* referentes à final da Libertadores 2012, efetuiremos uma investigação acerca do conteúdo e da materialidade das fotos postadas. Como principal referencial teórico, utilizaremos as contribuições do alemão Hans Gumbrecht nos livros *Elogio da Beleza Atlética e Corpo e Forma*, onde ele propõe um novo caminho para estudar o esporte.

Na primeira parte do artigo, abordaremos mais detidamente essa virada epistemológica em direção a uma nova sociologia, documentando sucintamente o que alguns autores das Materialidades propuseram sobre ela. Em seguida, traçaremos um panorama dos estudos no campo da Comunicação e Esporte,

atentando para os autores citados e perspectivas teóricas trabalhadas nessa interface. Aqui, traremos ainda a contribuição de Gumbrecht para pensarmos o esporte por outro viés. Na terceira seção, abordaremos a questão da produção de presença através das fotos postadas pelos usuários do Instagram. Por fim, virá a pesquisa empírica, propósito primeiro desse artigo.

Cultura de Presença ou Prestando Atenção no Mundo Material

Nesse primeiro tópico, desejamos elaborar um breve panorama das materialidades e do crescimento da importância dos não-humanos nas teorias sociais, focalizando principalmente nas proposições de Hans Ulrich Gumbrecht. E se ainda há dúvidas sobre a real necessidade de tratar dessas teorias para falar do esporte, indagamos o que seriam a bola, as luvas, chuteiras, carros, cavalos, lanças, armas, óculos, tacos, raquetes, traves, senão inumanos dotados de tal agência que os torna essenciais para o desempenho de todas as modalidades esportivas. A importância das materialidades pode ser resumida assim: “as condições concretas de articulação e de transmissão de uma mensagem influem no caráter de sua produção e recepção” (ROCHA, 1998, p. 18). “O conceito quer repensar a hermenêutica, pressupondo uma dicotomia entre materialidade, uma presença das coisas e situações num nível de ‘realidade’ fora da interpretação, e, de outro lado, as respectivas interpretações” (HANKE, 2006, p. 2).

O pensamento sobre as materialidades começou a “ganhar corpo” com os colóquios organizados na década de 1980 por Gumbrecht em Dubrovnik (cidade da Iugoslávia). Pode-se dizer que uma proposta de superação da hermenêutica como metodologia hegemônica saiu das cinco edições desse evento, reunidas no livro *Materialities of Communication*, organizado por Gumbrecht e Karl Pfeiffer (1994). Atualmente, essa corrente teórica está sendo desenvolvida por “pesquisadores do Departamento de Literatura Comparada da Stanford University” (FELINTO, 2001, p.1). Apesar da importância desses pesquisadores da literatura, Simone de Sá reforça uma genealogia da materialidade dentro dos estudos comunicacionais; não nega a contribuição da Literatura, mas antes “contextualiza sua reflexão” (2004, p. 3).

Essa mudança foi denominada por David Wellbery de “crítica pós-hermenêutica” e tinha alguns pontos-chave de reflexão, quais sejam: “*exterioridade, medialidade e corporalidade*” (ROCHA, 1998, p. 20, grifos do autor). Em poucas palavras um campo não-hermenêutico se funda no seguinte pressuposto: “*a possibilidade de tematizar o significante sem necessariamente associá-lo ao significado*” (GUMBRECHT, 1998, p. 145, grifos do autor). A materialidade dos significantes, mais explorada aqui teoricamente, é, para Gumbrecht, apenas um dos quatro campos em um “mapa não-hermenêutico” e é nela que se inclui a materialidade da comunicação (Ibid., p. 146-147). Sobre esta, Gumbrecht dirige as seguintes palavras: “Se tem algum encontro científico que eu presenciei que merece o elogio de ter sido ‘instigante’, ‘importante’, ‘produtivo’, foi o colóquio sobre materialidade da comunicação na primavera de 1987” (2004, p. 24).

Trabalhar com a materialidade dos suportes implica conceder importância aos objetos e pensá-los enquanto parte de uma rede, que engloba todos os atores responsáveis por uma ação. Na perspectiva hermenêutica, essa concessão não seria possível, uma vez que é o homem o senhor de todos os objetos e quem lhes atribui

sentido. Assim, por exemplo, o ato de apreciar uma imagem no Instagram implica uma conjunção entre fotógrafo, fotografado, câmera (celular ou *tablet*), filtros utilizados, ambiente de captura da imagem (ao ar livre, em casa, em uma festa, em um estádio etc.), espectador, suporte de visualização, formando uma verdadeira rede sociotécnica, nos termos latourianos⁴. Esse desvio no foco de análise para fatores externos ao produto comunicacional é um ponto que deve ser enfatizado. Pensar o jornal, a fotografia, a TV, a internet não somente pelos seus conteúdos, mas, sim, em sua materialidade e nos efeitos que essa experiência de recepção diferenciada causa no público. Reiteramos que ainda que próximas e em diálogo, a teoria das materialidades não deve ser confundida com a teoria ator-rede de Bruno Latour.

Breve estado da arte dos estudos sobre esporte/futebol e a contribuição de Gumbrecht para o campo

Inicialmente, na década de 1970, durante o regime militar no Brasil, o futebol era trabalhado por poucos autores das Ciências Sociais no país e sempre com um viés apocalíptico. Era uma situação de descaso mesclado com críticas – uma consequência direta da influência marxista no período, sintetizada pela frase: “o futebol é o ópio do povo”. Podemos citar o livro *Futebol: ideologia do poder* de Roberto Ramos como exemplar do cunho marxista predominante. Ramos (1984) trabalha o futebol enquanto aparelho ideológico do estado, apropriando-se do conceito original de Althusser. Posição mais branda, mas igualmente crítica, tem José Carlos Rodrigues. Em seu artigo “O rei e o rito” (1982), o antropólogo brasileiro adota uma perspectiva crítica em relação à construção da figura mítica de Pelé, que, segundo ele, esconde uma tentativa de imposição de uma “reverência a uma imagem politicamente forjada da sociedade” (1982, p. 18). O objetivo central de Rodrigues é interpretar a festa de despedida de Pelé como um rito.

Ainda que o vissem como “perverso”, esses autores apocalípticos do futebol defendiam mais estudos sobre o tema, como Joel Rufino dos Santos, no artigo “Na CBD até o papagaio bate continência” (1978). A evocação desse descaso ao futebol como objeto de análise sociológica era lugar-comum no início de toda obra que trabalhasse com o tema.

O primeiro trabalho a romper com essa lógica apocalíptica foi *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira* (1982), organizado pelo antropólogo Roberto DaMatta. Sua importância não se esgota no ineditismo do livro, mas no que ele representou para todo um campo de estudos ainda recente. O nome de DaMatta, já reconhecido nacionalmente, agregou prestígio e relevância aos estudos sobre esporte. Além disso, ele trouxe uma nova perspectiva teórica, que lidava com o esporte enquanto “drama da vida social”, e não mais como mero instrumento político a serviço das elites políticas e da classe dominante. O futebol, para o antropólogo brasileiro, era visto como um instrumento válido para se entender a sociedade brasileira (um meio para se atingir dado fim).

Antes dessa obra emblemática de DaMatta, Muniz Sodré, no último capítulo de *O Monopólio da Fala* (1977), apesar de seu tom marcadamente pessimista, já apresentava sinais de um olhar mais benevolente em relação ao esporte, como no excerto: “a torcida (...) faz parte necessária do show” (SODRÉ,

1977, p. 141). Helal salienta que “o texto de Sodré [...] talvez tenha sido a primeira análise acadêmica sobre futebol inserida mais clara e assumidamente dentro da área da ‘Teoria da Comunicação’” (2011, p. 17).

O debate entre Soares, Helal e Gordon, reunido no livro *A invenção do país do futebol* (2001), foi peremptório para dotar de maior seriedade e apuro científico às investigações sociais em torno do futebol. O primeiro criticava a postura de alguns intelectuais e jornalistas que utilizavam o livro *O Negro no Futebol Brasileiro* (1947) como fonte histórica única e inquestionável para seus escritos. Enquanto os outros dois defendiam uma relativização dessa perspectiva: não citar de forma acrítica, mas continuar utilizando a obra de Mário Filho com ressalvas, contextualização do período em que o livro foi escrito e maior apuro teórico.

Um ponto recorrente dos estudos está no diálogo entre futebol e identidade nacional. Inúmeros artigos e livros em Ciências Sociais foram produzidos sobre o tema. Inicialmente, destacava-se a importância daquele esporte para a construção de um *ethos nacional*, enquanto atualmente estaríamos vivenciando uma diminuição nessa associação. A fonte básica para essas análises era o discurso midiático, principalmente através dos jornais impressos, em época de Copa do Mundo.

Assim, vemos como o futebol segue uma trajetória que vai do ocaso até o destaque como temática válida dentro das Ciências Sociais, passando de ópio do povo à drama social e, finalmente, um meio para entender a cultura e a sociedade. Todas as perspectivas e abordagens, por mais diversas e contraditórias, tiveram sua importância para o desenvolvimento do campo. É válido destacar que, em 2010 e 2011, diversas revistas na área de Comunicação dedicaram dossiês à temática de esporte, como, por exemplo, a *Organicom* (USP), a *Logos* (Uerj) e a *Comunicação, Mídia e Consumo* (ESPM). Além disso, o *Intercom* 2012 também deu destaque às pesquisas sobre esporte, adotando como tema geral “Esportes na Idade Mídia: Diversão, Informação, Educação”.

De modo geral, as obras utilizadas como referência pelos autores brasileiros nessa breve história dos estudos acadêmicos sobre Esporte focam-se no paradigma hermenêutico e em uma cultura de sentido. Para explicitar esse pouco uso de autores da materialidade e o predomínio da hermenêutica, efetuamos uma análise das bibliografias utilizadas em todos os artigos apresentados no GP Comunicação e Esporte (dentro do DT 6 – Interfaces Comunicacionais) do *Intercom Nacional* 2011, realizado no Recife. No total, foram coletados 24 artigos, que juntos somaram 346 entradas bibliográficas. Desse total, apenas um fazia menção à obra de um autor das materialidades – Gumbrecht –, a saber: “O espetáculo do futebol” de Marcio Telles e Fabrício Silveira. Se considerarmos McLuhan como um autor antecipador de alguns pressupostos da teoria das materialidades, teríamos mais um artigo: “A internet como meio de protesto” de Andréia Gorito. Por outro lado, os autores da sociologia clássica são mais lembrados, por exemplo: Hobsbawm tem suas obras citadas em quatro ocasiões; Pierre Bourdieu, em três; Stuart Hall, em duas; Guy Debord, em quatro.

Nesse momento, faz-se necessário expormos rapidamente qual seria a contribuição da obra de Gumbrecht aos estudos sobre esporte. Antes, porém, falaremos rapidamente quem é esse teórico alemão.

Quem é Gumbrecht?

A Discípulo de Hans Robert Jauss, na Universidade de Bochum, Gumbrecht fez parte da segunda geração da Escola de Constança, que defendia uma estética da recepção⁵ como teoria e método literários. Desde 1989, professor de literatura comparada da Universidade de Stanford nos EUA, ele conta com uma formação acadêmica globalizada, tendo estudado em Paris, Munique, Salamanca, Constança, além de periodicamente, desde a década de 1970, vir ao Brasil ministrar cursos e palestras⁶. Com 26 anos, já havia obtido a certificação acadêmica alemã (*Habilitationsschrift*) que lhe permitia orientar doutores – válido enfatizar o quão difícil é obtê-la; Walter Benjamin, por exemplo, não a conseguiu (ROCHA, 1998, p. 7). Seus interesses são tão plurais quanto sua formação, passando dos esportes à política, tendo como suporte teórico tanto a filosofia quanto a história e a literatura. Seus trabalhos convergem “em torno da rubrica das ‘materialidades da comunicação’” (SILVEIRA, 2010, p. 184). Sua busca é por uma maior igualdade, de atenção e de quantidade de trabalhos, entre os paradigmas hermenêuticos (ou clássico) e não-hermenêuticos. Em uma linha evolutiva dos estudos de mídia, podemos dizer que Gumbrecht resgata o ideário McLuhaniano, que aproxima os meios de comunicação da experiência sensível.

A influência da teoria das materialidades perpassa todos os textos de Gumbrecht utilizados como base para o presente artigo. Ele reitera, sempre que possível, que “[...] é um equívoco crer que as humanidades e as artes devam lidar exclusivamente com fenômenos constituídos de significação e não com fenômenos baseados na substância” (2011a, p. 3). Destaca também a importância do fascínio exercido pelo esporte sobre as pessoas para a continuidade e o sucesso do mesmo. Sem essa vontade e prazer dos torcedores em estarem presentes nos eventos esportivos, esses, com certeza, não ocupariam o lugar de destaque que hoje possuem em nossa sociedade. Não podemos esquecer de mencionar o caráter crítico relacionado ao esporte que permeia alguns trechos de sua obra, afastando-se do tom almejado por sua história descritiva⁷.

Ressaltamos ainda a visão diferenciada do esporte efetuada por Gumbrecht, através das noções de materialidade e presença, buscando nele um signo para experiências estéticas, e não apenas um meio para a produção de sentidos. Daí, a ênfase na observação dos corpos e de sua perfeição atlética, que nos proporcionariam prazeres efêmeros, inexplicáveis hermenêuticamente e extra-cotidianos. A dimensão da presença se concretizaria na assistência ao vivo de um espetáculo esportivo, dotado de beleza artística singular, distinta de outras esferas da arte e da cultura. Pensar o esporte, pelo viés da teoria das materialidades, implica considerar as condições sócio-históricas e materiais da recepção (no estádio, em casa, no bar, pela TV, pelo rádio), e a produção de presença que lhe é inerente.

Destacamos, porém, que Gumbrecht não exclui essa dimensão interpretativa. Ele apenas postula que algumas experiências prescindem dessa interpretação – assim, seriam mais sensação do que sentido. No caso do esporte, ele tende a crer que

dimensão de presença seria maior que a de significado. Mas ele não opta pelo caminho mais fácil teoricamente de substituir, de modo excludente, uma pela outra. Antes, tenta conciliar as duas perspectivas, destacando mais, é claro, aquela que diz respeito a seu *corpus* teórico de referência – a presença. Ressaltamos também que Gumbrecht sempre procura relativizar suas afirmações, evitando cair em determinismos, justamente um dos fatores que critica na hermenêutica. Ele não afirma que as Ciências Sociais devam lidar somente com objetos que sejam essencialmente permeados de presença. Pelo contrário, ao longo de todo o livro *Produção de Presença* (2010), ele afirma que alguns objetos e culturas parecem ser mais propícios a uma análise pelo viés da presença, enquanto outros, realmente, devem ser lidos pela hermenêutica.

As imagens do esporte também produzem presença, como ficará melhor demonstrado nos tópicos seguintes.

Produzindo presença no Instagram

O Instagram⁸ é uma ferramenta gratuita de compartilhamento de imagens para celulares e *tablets* com sistema operacional iOS (*gadgets* da Apple) e Android⁹. Por meio dessa aplicação é possível adicionar filtros às fotos tiradas, que remetem à estética da fotografia analógica (cores esmaecidas ou que remetem ao processo cruzado de revelação¹⁰ são alguns deles). O formato quadrado (proporção 3:2) das fotos produzidas também é característico das antigas câmeras instantâneas Polaroid (é interessante observar que o ícone do aplicativo é uma dessas máquinas fotográficas em miniatura, uma referência explícita a elas por parte dos desenvolvedores).

Lançado em 2010, o Instagram tinha uso limitado aos celulares iPhone. Pouco tempo depois de ser comprado pelo Facebook – em abril de 2012, em uma transação histórica na Internet, no valor de 1 bilhão de dólares – foi liberado para usuários do sistema Android¹¹, tornando-se mais popular. Hoje há mais de 50 milhões de usuários ao redor do mundo.

Além da questão estética das fotos, o aplicativo é também uma rede social, sendo possível comentar e “curtir” as fotos – embora também possua integração com Facebook, Twitter, Foursquare e Flickr, permitindo a divulgação das imagens também em redes exteriores a ele. O texto divulgado por seus criadores no *site* oficial atribui à ferramenta uma característica de comunhão por meio de imagens: “estamos construindo o Instagram para que você possa experimentar momentos da vida de seus amigos através de suas imagens. Imaginamos um mundo mais conectado através de fotos”¹². Também há um sistema de *tagging*, semelhante ao do Twitter, através do qual é possível buscar fotos que foram marcadas por determinadas *hashtags* (como a #finallibertadores, que analisamos nesse trabalho).

Nesse artigo relacionamos o Instagram à perspectiva gumbrechtiana, considerando o aplicativo como um “produtor de presença”: “[...] é verdade que alguns ‘efeitos especiais’ produzidos hoje pelas tecnologias de comunicação mais avançadas podem revelar-se úteis no re-despertar do desejo de presença” (GUMBRECHT, 2010, p. 15). A “intensidade da concentração” (GUMBRECHT, 2007, p. 45) no esporte poderia ser registrada por uma foto, que congelaria esse momento único de êxtase, sem, contudo, ser capaz de voltar a reproduzi-lo em toda sua intensidade. A materialidade da

experiência se faz aqui presente. A presença produzida pela assistência do espetáculo esportivo ao vivo é, para Gumbrecht, especial e incomparável. Ao transpormos para outro suporte, como a TV, o papel, o celular ou o *tablet*, ela transmitiria uma experiência distinta daquela originalmente vivida pelos presentes no estádio.

A narrativa da final da Libertadores 2012 por torcedores no Instagram

Notas sobre a pesquisa

Nesta etapa do trabalho, propomos uma metodologia para análise das imagens do Instagram sobre um assunto específico. Aqui, dada a temática do artigo, abordamos a final da Taça Libertadores da América de 2012, disputada entre Corinthians e Boca Juniors. Para tal, selecionamos quatro *tags*: #finallibertadores (75 fotos), #finallibertadores2012 (3 fotos), #corinthiansxboca¹³ (82 fotos) e #corinthiansxbocajrs¹⁴ (8 fotos). No total, até o dia 28/07/2012, as quatro *tags* totalizavam 168 fotos¹⁵. Inicialmente, atuando como um filtro preliminar para a análise principal, efetuamos uma análise de conteúdo, estabelecendo categorias para as imagens. Essa tipologia será peremptória para a descrição subsequente, partindo do princípio que as imagens são capazes de nos contar uma história – no caso, o relato da final do torneio.

Digno de menção é a busca por visibilidade utilizando *hashtags* que estão em voga, a fim de divulgar sua imagem entre outras mais vistas da rede, assim como já ocorre no Twitter. Nesses casos, fica evidente a ordenação das *tags* priorizando outras que não aquelas referentes ao jogo em si. Por exemplo, estava em nosso corpo de análise a foto de quatro amigos em roupas triviais, sem nenhuma referência clubística. As *tags* utilizadas para marcar a foto foram ordenadas da seguinte forma: #amigos, #irmãos, #companheiros, #prasempre, #finallibertadores, #prime. Isso revela, de certa forma, o desejo de promover a amizade do quarteto por meio de um evento em destaque na rede mais do que demonstrar amor e apoio ao clube.

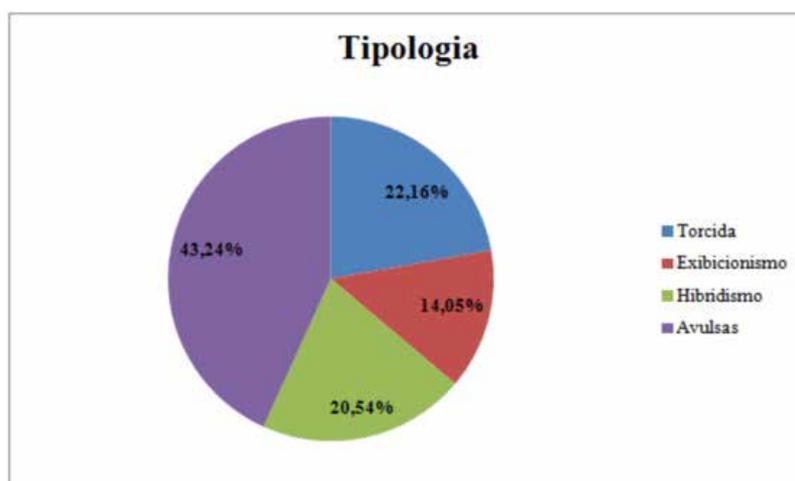
Percebemos, de forma marcante, como as fotos do Instagram capturam sentimentos comuns à assistência ao vivo do futebol e são eles que utilizamos para descrever o que foi o jogo. Na narrativa dos jornais, o Corinthians empatou o primeiro jogo da final (1x0) e ganhou o segundo jogo por 2x0, conquistando sua primeira Taça Libertadores. Na narrativa imagética, os protagonistas são os torcedores que experienciaram a vitória com um misto de sensações e sentimentos.

Estabelecendo categorias

Nessa análise de conteúdo, elaboramos quatro categorias, que nos permitem ter uma visão panorâmica do universo de imagens trabalhada. Importante destacar que aqui se evidencia o caráter mais estético do Instagram, isto é, a multiplicidade de formas de imagem possíveis de ser encontradas e os diversos filtros, enquadramentos e formas presentes. Sendo assim, propomos a seguinte

tipologia: 1) torcida (fotos da torcida no estádio ou de pessoas em ambientes públicos, como bares, ou em seus lares com vestimentas alusivas aos clubes finalistas ou a rivais); 2) exibicionismo (fotos de si, sem ou com ínfima referência ao clube); 3) hibridismo (fotos tiradas da tela da TV, do computador ou celular); 4) avulsas (escudos de clube, memes, pôsteres, provocações)¹⁶.

Dito isso, expomos abaixo os resultados obtidos e um quadro com exemplos emblemáticos das quatro categorias



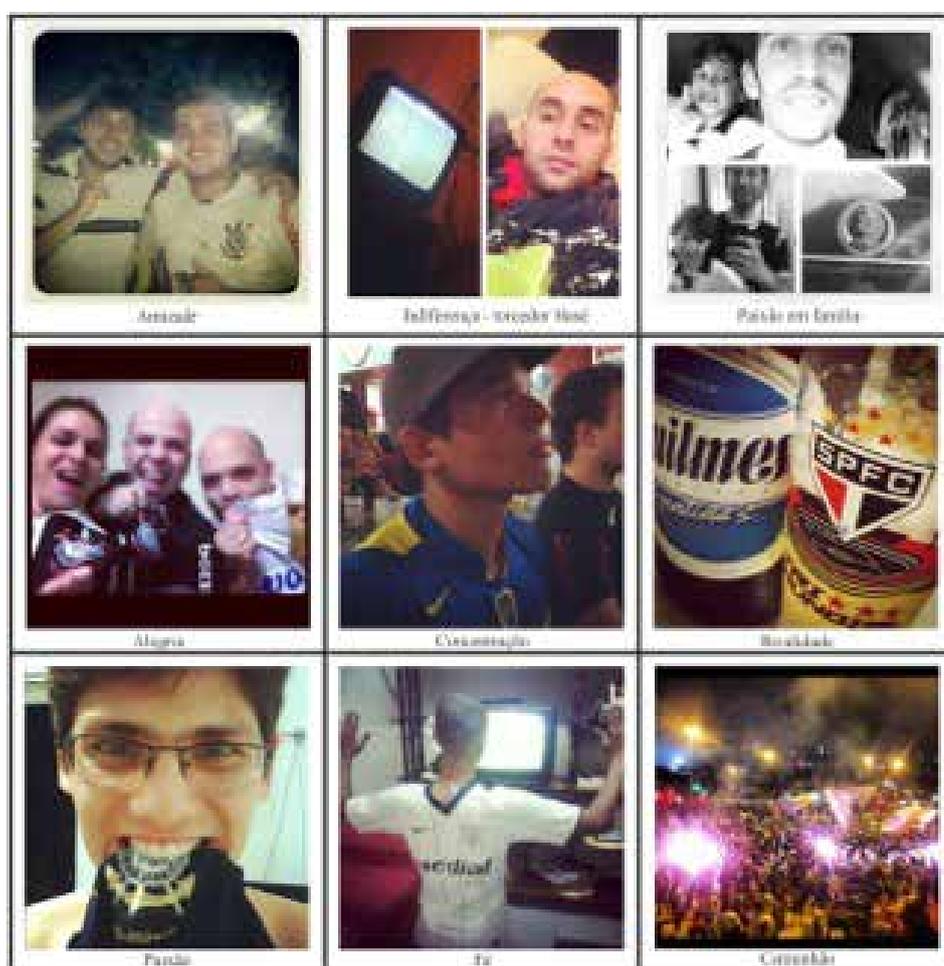
O jogo pelas imagens dos torcedores

Feita a breve distinção tipológica acima, utilizaremos agora o potencial do Instagram enquanto suporte de memória. Acreditamos ser possível recontar um episódio a partir das imagens que foram produzidas sobre ele e “subidas” ao aplicativo. Gumbrecht, em seu livro *Elogio da Beleza Atlético* (2007), critica a falta de obras sobre história do esporte que enfocassem a “presença” nesses espetáculos: “A maioria dos livros e ensaios sobre a história do esporte está cheia de relatos biográficos ou dados cronológicos, mas raramente oferece materiais ou até sugestões para nossa imaginação visual” (2007, p. 69). Desse questionamento, nós propusemos outro: *por que não*

pensar um acontecimento histórico do futebol sob a perspectiva de imagens e dos sentimentos ali expostos? E, indo além, uma história produzida pelos torcedores, o polo receptor do espetáculo esportivo, já que são eles que “alimentam” o Instagram com imagens. Contemplamos assim a dimensão do esporte assistido, e não apenas do esporte praticado (cf. Gastaldo 2004, 2006 apud TELLES; SILVEIRA, 2011, p. 8).

As categorias expostas anteriormente nos ajudaram a entender quais momentos e propósitos são mais prezados pelos torcedores. A partir delas, traçamos uma linha não sequencial dos sentimentos presentes nessas imagens. Longe de ser fruto de uma interpretação profunda das fotos, esses sentimentos estão na dimensão da presença. São expressões que saltam aos nossos olhos assim que nos atemos à imagem no visor de nosso *smartphone* ou *tablet*. Buscamos aqui produzir presença através das imagens (materialidade imagética) e propiciar um reviver da partida.

Vamos à narrativa:



Considerações finais

Neste artigo, conseguimos entrar em contato com um corpo teórico relativamente novo e pouco utilizado nos trabalhos em Comunicação que enfocam o esporte como tema. Utilizar o Instagram como objeto e fonte de

dados foi outra, “digamos”, novidade, tanto para nós quanto para o campo da Comunicação e Esporte. A teoria das materialidades e o objeto pesquisado (*tags* de um evento esportivo no Instagram) mostraram-se profícuos para outras futuras incursões.

Após a realização da pesquisa empírica algumas observações sobre as formas de apropriação do aplicativo de imagens pelos torcedores vieram à tona: 1) os usuários postam mais fotos da tela da TV do que do campo de jogo, o que nos permite afirmar que assistem ao jogo principalmente de casa e que não se preocupam muito com uma pretensa beleza artística das imagens capturadas; 2) há um alto grau de exibicionismo entre os usuários, que optam por tirar fotos que enfatizam mais seus corpos e rostos do que o emblema e as cores do seu time do coração; 3) são retratadas múltiplas formas de torcer que reproduzem em imagens estáticas os sentimentos envolvidos na experiência estética “real” (no estádio) e ao vivo (mediada pelo suporte televisivo em lares ou espaços públicos); 4) a partir do Instagram é possível reviver, por meio das emoções presentes nas fotos dos usuários, o que foi o evento esportivo; 5) há um número considerável de memes, pôsteres e imagens não produzidas pelos próprios usuários do aplicativo, mas apenas compartilhadas por eles, o que desvirtua, de certo modo, o objetivo inicial do Instagram.

Poderíamos continuar indefinidamente traçando conjecturas sobre a apropriação do Instagram pelos torcedores, mas cremos que aquelas aqui avultadas já nos permitem perceber como a interface Instagram e Esporte pode ser afetada positivamente pela teoria das materialidades da comunicação e, a partir de suas proposições, construir novos *corpus* de pesquisa, enfoques temáticos e investigações epistemológicas. Terminamos por concluir que o esporte, sendo fundado no corpo, e o Instagram, pela materialidade dos suportes e das imagens, são exemplares de uma cultura de presença na contemporaneidade. Mesmo sem nos preocuparmos tanto com as motivações “profundas” dos usuários, o que seria hermenêutico demais, foi possível extrair uma instigante análise das imagens a partir dos sentimentos “presentes” em sua camada mais superficial, acessível a um olhar interessado não em sentidos, mas, sim, em presença.

Referências Bibliográficas

DANTONIOLLI, Juliano; BATALHONE, Vitor. Entrevista com Hans Ulrich Gumbrecht. *Aedos*, v. 2, n. 5, Julho-Dezembro 2009.

ARAUJO, Valdei Lopes de. Para além da auto-consciência moderna: a historiografia de Hans Ulrich Gumbrecht. *Varia Historia*, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p.314-328, Jul./Dez. 2006.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. *Teoria da Cultura de massa*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 221-254.

CALLON, Michel; Law, John. After the individual in society: lessons on collectivity from science, technology and society. In: *Canadian Journal of Sociology*, Spring, v. 22, n.2, p. 165-82, 1997.

DAHER, Andrea. Panfleto contra 'tédio' da teoria. Caderno Prosa e Verso, *O Globo*, 19 fev. 2011a, p. 3.

_____. Equívoco da equivalência. Caderno Prosa e Verso, *O Globo*, 05 mar. 2011b, p. 5.

DAMATTA, Roberto (org.). *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de presença*. Contraponto/PUC-Rio, 2010, Rio de Janeiro.

_____. *Corpo e Forma*. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Org: João Cesar de Castro Rocha. Rio de Janeiro, EDUERJ, 1998.

_____. *Elogio da Beleza Atlética*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

_____. Uma questão de sentido. Caderno Prosa e Verso, *O Globo*, 26 fev. 2011a, p. 3.

_____. Uma segunda resposta 'cordial'. Caderno Prosa e Verso, *O Globo*, 12 mar. 2011b, p. 5.

HANKE, Michael. A Materialidade da Comunicação: um conceito para a ciência da comunicação?. *Interin* (Curitiba), v. 1, p. 1-8, 2006.

HELAL, RONALDO. Futebol e Comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. *Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, v. 8, p. 11-37, 2011.

LATOUR, Bruno. *Jamais Fomos Modernos*. Rio de Janeiro: 34 letras, 1994.

_____. *Reassembling the social*. An Introduction to Action-Network-Theory. Nova Iorque: Oxford University Press, 2005.

RAMOS, Roberto. *Futebol: Ideologia do poder*. Petrópolis: Vozes, 1984.

ROCHA, João Cesar de Castro. A materialidade da teoria. In: GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Corpo e Forma*. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Org: João Cesar de Castro Rocha. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998.

RODRIGUES, José Carlos. O Rei e o Rito. *Revista Comum*, n. 1, jan./mar. 1982, p.16-29.

SÁ, Simone. Explorações em torno da noção de materialidade da comunicação. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. *Anais da XXVII Intercom: Comunicação, Acontecimento e Memória*. Porto Alegre : Intercom, 2004.

SANTOS, Joel Rufino. "Na CBD até o papagaio bate continência". In: *Encontros com a Civilização Brasileira*, número 5, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978,

SILVEIRA, Fabrício. Além da atribuição de sentido. *Verso e Reverso*, v. 24, n. 57, p. 183-186, setembro-dezembro 2010.

SHAVIRO, Steven. *The Universe of Things*. Disponível em: <<http://>

www.shaviro.com/Othertexts/Things.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2012.

SODRÉ, Muniz. “Futebol, Teatro ou Televisão”. In: SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes, 1977.

TELLES, Márcio; SILVEIRA, Fabrício. O espetáculo do futebol: experiência estética e experiência midiática. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. *Anais da XXXIV Intercom*. Quem tem medo de pesquisa empírica?. Recife: Intercom, 2011.

Notas

1. Para uma discussão sobre conceito de Moderno ao longo da História, baseada na reflexão de Gumbrecht, ver o artigo de Araújo (2006).
2. Esclarecemos o sentido em que utilizamos essa palavra ao longo do texto: “Interpretar o mundo quer dizer ir além da superfície material ou penetrar nessa superfície para identificar um sentido (isto é, algo espiritual) que deve estar atrás ou por baixo dela” (GUMBRECHT, 2010, p. 48).
3. Para uma crítica dessa obra, sugerimos a leitura da resenha de Daher e de sua tréplica (2011a, 2011b), bem como da resposta de Gumbrecht à resenha e à tréplica (2011a, 2011b). Nesse debate, de argumentos apaixonados de ambos os lados, destacamos a diferenciação que Daher (2011b) expõe entre sentido e significado e a explicação de Gumbrecht para como essa dicotomia epistemológica aparece em sua obra. Disponível em: <<http://observatoriodacritica.com.br/polemicas/polemica-entre-andrea-daher-e-hans-ulrich-gumbrecht/>>. Acesso em: 09 jul. 2012.
4. Exemplificando essas redes sociotécnicas ou coletivos híbridos, Bruno Latour cita a “rede Pasteur”. “O argumento [de Latour] é que Pasteur não era uma única entidade, não somente um corpo e uma alma [...] Ele, ao invés disso, era a combinação de um grande número de diferentes elementos que produziram o grande-pesquisador-Pasteur” (CALLON; LAW, 1997, p. 3, tradução nossa). Esses dois autores, Callon e Law, são contundentes ao afirmar que “Pessoas são redes. Dispositivos são redes.” (1997, p. 3, tradução nossa). Nesse exemplo, vemos os objetos dotados de agência e em constantes associações com os entes humanos.
5. Em poucas palavras, essa corrente acadêmica, inaugurada por Jauss em oposição ao estruturalismo então em voga, foca no leitor e nas condições sociohistóricas em que sua leitura se processa.
6. Para entender um pouco da influência brasileira em Gumbrecht e de seu afeto pelo nosso país, ver Antoniulli e Batalhone (2009).
7. Sobre isso, é interessante notar que o próprio Gumbrecht é reticente quanto às suas reais condições de fazê-lo, vejamos: “No que segue, eu gostaria de me abster de julgamentos de valor. No entanto, como minha ‘socialização intelectual’ teve lugar na tradição alemã, sou levado a considerar qualquer esperança de realizar este desejo como ingênuo” (1998, p. 118). No livro *Em 1926: vivendo no limite do tempo*, logo nas primeiras linhas, ele esclarece seu *modus operandi*, que se assemelha muito à sua proposta de história descritiva e a uma ética não-hermenêutica: “Cada verbete abstém-se tanto quanto possível de ‘expressar’ a voz individual do autor, de interpretações profundas e de contextualizações” (GUMBRECHT, 1999, p. 9).

8. O nome é uma junção dos termos da língua inglesa “instant” e “telegram”, referência às imagens como forma de enviar mensagens a outras pessoas. Endereço oficial disponível em: <<http://www.instagram.com>>.
9. Apesar de ter sido desenvolvido originalmente para uso exclusivo em dispositivos móveis, o aplicativo foi apropriado não oficialmente por alguns sites para utilização em *desktops* e *notebooks*, como é o caso do Webstagram e também do *plugin* Instagram for Chrome, que permite a visualização da *timeline* no próprio navegador.
10. Essa prática consiste na revelação de um filme cromo utilizando a química própria para filmes negativos (C-41). Esse “erro proposital” torna as cores das fotos mais vivas, com fortes tons amarelados e esverdeados.
11. Inicialmente, usuários da versão para iPhone não gostaram da notícia, pois não queriam a popularização do aplicativo (já que gostavam de ter exclusividade), o que gerou uma rixa com os novos usuários.
12. Tradução nossa. Texto original disponível em: <<http://instagram.com/about/faq/>> Acesso: 25 Jul. 2012.
13. Não analisamos uma foto, postada pela usuária shirleyfarias, por estar presente também na tag #finalibertadores.
14. Não analisamos uma foto, postada pelo usuário felipehenrique, por estar presente também na tag #finalibertadores.
15. Esse número refere-se às fotos abertas ao público, já que há perfis privados que só podem ser visualizados por usuários autorizados. Assim, o número de fotos informadas pelo Instagram em uma tag nem sempre é o número real, ou seja, o número de fotos abertas a visualização de todos.
16. Algumas fotos podem pertencer a mais de uma das categorias definidas neste trabalho. Por exemplo, algumas fotos de “torcida” apresentavam também traços característicos de “exibicionismo”.

Meios de Comunicação e Mentes¹

Media and Minds

Márcio Souza Gonçalves | msg@uerj.br

Doutor em Comunicação pela UFRJ, Pós-Doutorando pela UFMG/GRIS/GRISPRESS, Bolsista Prociência UERJ/FAPERJ, Professor do PPGCom da UERJ.

Ericson Telles Saint Clair | ericsonclair@hotmail.com

Doutor em Comunicação pela UFRJ, Bolsista PNAP da Biblioteca Nacional.

Resumo

O artigo discute dois modos diferentes de teorizar a relação entre meios de comunicação, subjetividade e cultura. O primeiro modo parte de tipos de mentes, e formula classificações gerais de épocas definidas pela dominação de determinados meios de comunicação. O outro opera em uma dimensão mais local e regional, não realizando grandes classificações. Finalmente, são levantadas questões acerca da relação entre ambos os estilos de teorização

Palavras-Chave: Meio de comunicação; mente; cultura.

Abstract

The paper discusses two different ways of theorizing the relationship between media, subjectivity and culture. The first one departs from types of mind to formulate general classifications of epochs defined by the domination of a certain media. The other operates in a more local and regional dimension, avoiding general classifications. Finally, questions are raised about the relationship between both styles of theorizing.

Keywords: Media; mind; culture.

Tipos De Mente E Tecnologias De Comunicação

Richard de Bury, no ano de 1344, assim se refere ao modo como nos relacionamos com os livros:

De fato, esses dons parecem residir nos livros de forma mais útil e frutificar de forma mais fecunda para o progresso. A verdade emitida pela voz não perece caso cesse o som? E a verdade escondida na mente não é, de fato, uma sabedoria esotérica, um tesouro invisível? Ao contrário, a verdade que brilha nos livros é apreendida facilmente pelos sentidos; se manifesta pela vista quando se lê; pelo ouvido, quando se ouve alguém que está lendo e, de certo modo, também pelo tato, quando essa verdade é transcrita, revisada e conservada (BURY, 2004, p. 29. Grifos nossos).

Alberto Manguel, outro grande leitor e ensaísta, segue a mesma inspiração, porém indo mais longe:

O ato de ler estabelece uma relação íntima, física, da qual todos os sentidos participam: os olhos colhendo as palavras na página, os ouvidos ecoando os sons que estão sendo lidos, o nariz inalando o cheiro familiar de papel, cola, tinta, papelão ou couro, o tato acariciando a página áspera ou suave, a encadernação macia ou dura, às vezes até mesmo o paladar, quando os dedos do leitor são umedecidos na língua (que é como o assassino envenena suas vítimas em O nome da rosa, de Umberto Eco) (MANGUEL, 1997, p. 277. Grifos nossos).

A emergência das tecnologias digitais que possibilitam a leitura, e sobretudo, dos leitores de livros eletrônicos e dos tablets, por sua vez, enseja uma série de comentários (de leitores dos perfis os mais variados) sobre a perda da experiência do odor do livro novo, do ato de abrir uma página nunca antes tocada, da sensibilidade do dedo ao papel etc. Essa nostalgia causada pela perda de uma certa forma de relação com o texto possivelmente desaparecerá, na medida em que as gerações de leitores nascidas e formadas antes da popularização das tecnologias digitais se forem. Mas nada impede que novas nostalgias tomem forma: em um futuro distante, algum leitor poderá sentir saudade dos *tablets* em que era necessário um movimento dos dedos para aumentar ou diminuir o tamanho de uma imagem dentro de um livro. Porém, adentra-se aqui o terreno da futurologia, terreno perigoso e sujeito às opiniões idiossincráticas de quem faz as “previsões”.

Nota-se, assim, a partir dos exemplos de De Bury e Manguel e da observação cotidiana de leitores, uma maneira de compreender a relação entre os textos e nossa sensibilidade, fundamentada em um jogo de diversos canais sensoriais. Lemos com nossos olhos, mas também com nossos dedos, com nosso nariz, e pode-se mesmo supor uma participação do ouvido e da língua: escutamos o som do papel, experimentamos seu gosto ao umedecer os dedos para virar as páginas.

Essa maneira de fazer participar todos os nossos sentidos no ato de ler coexiste com uma outra, proposta por vários e diferentes teóricos de campos de trabalho diversos, que hipervaloriza o olho em detrimento dos outros sentidos. Apresentamos dois autores para exemplificar esta afirmação: Walter Ong e Marshall McLuhan.

Ong é bem explícito: “Finalmente, contudo, a impressão substituiu a prolongada predominância da audição no mundo do pensamento e da expressão pelo domínio da visão, que se iniciara com a escrita, mas não podia se desenvolver apenas com o apoio da escrita (ONG, 1998, p. 139)”. McLuhan, em páginas célebres, diz: “Só o alfabeto fonético produz uma divisão tão clara da experiência, dando-nos um olho por um ouvido e liberando o homem pré-letrado do transe tribal, da ressonância da palavra mágica e da teia do parentesco”, e ainda: “Como intensificação e extensão da função visual, o alfabeto fonético reduz o papel dos sentidos do som, do tato e do paladar em qualquer cultura letrada” (McLUHAN, 2005, p. 103).

De um lado, uma ênfase em uma experiência sensorial mais global, de outro uma concentração no olho. Se trata-se, entre essas duas concepções, apenas de uma diferença de grau, ou de uma oposição qualitativa, no momento não nos parece importante: quantitativa ou qualitativamente falando, são dois modos alternativos de se compreender o jogo entre os sentidos do leitor e o objeto textual lido. A esses dois modos serão dados aqui, por uma questão de comodidade, os nomes de compreensão global e compreensão visual da leitura, respectivamente. Sua importância está no fato de que a maneira de entender a leitura pode servir de base para sistemas de classificação de pensamentos e modos de pensar, de mentes, que por seu turno vão fundamentar visões da história das sociedades e culturas humanas... mas este é um assunto para mais adiante. Por agora, é preciso compreender como o modo de conceber o ler, hipervalorizando um sentido, pode levar a um sistema de classificação de subjetividades ou modalidades cognitivas. A reflexão de Walter Ong é exemplar e será tomada como paradigmática. Este autor opõe uma mente letrada a uma oral:

Um conhecimento mais profundo da oralidade primitiva ou primária permite-nos compreender melhor o novo mundo da escrita, o que ele verdadeiramente é e o que os seres humanos funcionalmente letrados realmente são: seres cujos processos de pensamento não nascem de capacidades meramente naturais, mas da estruturação dessas capacidades, direta ou indiretamente, pela tecnologia da escrita. Sem a escrita, a mente letrada não pensaria e não poderia pensar como pensa, não apenas quando se ocupa da escrita, mas normalmente, até mesmo quando está compondo seus pensamentos de forma oral. Mais do que qualquer outra invenção individual, a escrita transformou a consciência humana (ONG, 1998, p. 93)

Têm-se assim tipos de mentes que remetem para tipos de tecnologia de comunicação utilizados. A tecnologia de comunicação oral favorecerá uma mente mais integrada, na exata medida em que mobilizará a integralidade, ou pelo menos boa parte, dos sentidos humanos; a tecnologia de comunicação escrita produzirá a mente ocidental racional, fragmentada, dividida, alienada, e a prensa radicalizou esse sentido de produção. Ong, nosso caso paradigmático, não está sozinho em suas afirmações:

No essencial, os estudos contidos neste livro limitam-se a investigar as condições materiais que constituíram as circunstâncias de uma mudança nos meios de comunicação social e interpessoal entre seres humanos. Subjacente a essa análise, acha-se quase sempre implícita, mas de algum modo perceptível, a possibilidade de uma tese mais abrangente e chocante, a saber que a referida mudança tornou-se o meio de introduzir um novo estado mental – a mente alfabética, se me é permitida a expressão (HAVELOCK, 1996, p. 15-6).

Que os nossos sentidos humanos, de que os meios são extensões, também se constituem em tributos fixos sobre as nossas energias pessoais e que também configuram a consciência e experiência de cada um de nós pode ser percebido naquela situação mencionada pelo psicólogo C. G. Jung [...] (McLUHAN, 2005, p. 37).

Os tipos de mentes são correlatos de tipos de conhecimento. A um conhecimento mais intuitivo, globalizado, um mosaico, se oporia um conhecimento mecanizado, racionalizado, sempre parcial, o conhecimento característico do que tradicionalmente se chama de ciência:

O fato de informação visual sobre flores e plantas não poder ser armazenado [sic] verbalmente acentua o fato de que a Ciência, no mundo ocidental, sempre esteve na dependência do fator visual. Isto não deve causar surpresa numa cultura letrada baseada na tecnologia do alfabeto e que reduz até a palavra falada a um modo visual (McLUHAN, 2005, p. 182).

Observa-se assim praticamente a construção de um sistema classificatório, de uma tabela de classificação, que poderia assim ser esboçada de um modo genérico, desconsiderando diferenças pontuais entre autores:

Tecnologia de Comunicação	Sentidos Envolvidos	Tipo de Mente	Tipo de Conhecimento	Tipo de Sociedade
Oral	Todos	Mente Holística, Oral	Intuitivo	Tribal primitiva
Escrito / Impresso	Visão	Mente Letrada, Consciência alfabética, racional	Racional, Filosófico, Científico	Galáxia de Gutenberg
Eletrônicos / Digitais	Todos	Mente Holística	Mosaico	Aldeia Global

Um Modo Classificatório De Teorizar

Esse modo de teorização, eminentemente classificatório, merece alguns comentários. Em primeiro lugar, deve ser destacado que não se tem um sistema de classificação binário, opondo simetricamente dois termos, mas antes um jogo entre três termos, sendo o terceiro de algum modo uma reatualização do primeiro. Os polos extremos se organizam em torno de um eixo central. Pensar a história comunicativa e mental humana a partir de um esquema deste implica em compreender a contemporaneidade como retomando, de modo renovado, o mais antigo. Podemos ler, deste modo, em McLuhan:

Graças à eletricidade, em toda a parte retomamos os contatos pessoa a pessoa como se atuássemos na escala da menor das aldeias. É uma relação em profundidade, e sem delegação de funções ou poderes. Em toda parte, o orgânico suplanta o mecânico (Ibid., p. 287).

A aceleração de hoje não é uma lenta explosão centrífuga do centro para as margens, mas uma implosão imediata e uma interfusão do espaço e das funções. Nossa civilização especializada e fragmentada, baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global (Ibid., p. 112).

A dialética olho/ouvido, tantas vezes proposta por tantos autores (para citar alguns, e não dos mais recentes, podem ser mencionados Innis, Havelock, McLuhan, Ong), poderia levar a entender essa forma de pensar como sendo no fundo binária, mas, como dito, esse binarismo, considerado no tempo, implica uma lógica ternária, da perda do ouvido pelo olho e posteriormente de retorno do auditivo. A mesma lógica se encontra implícita nas reflexões que pensam o tempo atual a partir da noção de pós-modernidade: o pré-moderno é sucedido por uma modernidade que conduz por seu turno a uma pós-modernidade que atualiza o pré-moderno.

Ora, tem-se aí um modo estranhamente dialético de pensamento.

Em segundo lugar, desenha-se a interessante questão de saber se esse tipo de pensamento classificatório redundava em uma forma de filosofia da história, em uma visão da história teleológica e totalizadora. Uma análise dos autores acima mencionados parece responder positivamente a essa questão.

McLuhan pode ser apresentado como o exemplo mais evidente: a oralidade perdida e interrompida pela presença dos escritos – presença garantida sobretudo pela prensa tipográfica, pela prensa que hipertrofia o olho, introduzindo uma lógica de separação sensorial, mas também psicológica em sentido mais amplo e mesmo social - essa oralidade praticamente mítica “retorna” ao termo de um longo processo de esquecimento, numa aldeia que, se é global, nem por isso é menos aldeia, portanto tribal, com toda a carga de ancestralidade que o termo porta. O mais recente recupera o mais antigo, fechando o ciclo. Tem-se uma visão da história compartimentalizada, com três grandes compartimentos (Tribo, Galáxia de Gutenberg e Aldeia Global) se sucedendo no tempo. Uma visão global e totalizadora, que dá conta do devir inserindo-o em um esquema de sucessão de fases ou épocas, operando o que já nomeamos anteriormente como epocalismo: uma compreensão da história como a sucessão diacrônica de épocas qualitativamente distintas umas das outras e internamente homogêneas.

De um ponto de vista teórico mais profundo, uma ligação se desenha entre o sistema de classificação dos tipos de mentes engendradas pelos meios de comunicação e essa compreensão da história das sociedades humanas. O processo se inicia com a definição de tipos de mentes ligados a determinados sentidos, potencializados por meios específicos, passa posteriormente à compreensão de épocas caracterizadas por essas mentes e finaliza lendo toda a história a partir da tabela de classificação assim constituída. A classificação de base leva a classificações sucessivas que culminam em uma classificação de toda a história. Da classificação ao epocalismo, um passo nada surpreendente é dado.

Algo que foi mencionado brevemente acima deve ser destacado: no limite, essa forma de pensar, que parte dos meios como produtores de tipos de mentes, tende a totalizar a integridade da história e das culturas humanas em um esquema de compreensão geral e global. Produz-se então uma grande síntese de tudo, síntese que funciona ao mesmo tempo como teoria geral dos meios e das culturas e como teoria do modo de relação entre humanos e mídia.

Tal síntese é claramente efetuada em McLuhan e, portanto, não exige maiores comentários. Já Harold Innis é interessante, ao contrário, precisamente pelo fracasso de seu projeto.

[...] Harold Innis estava tentando produzir em seus trabalhos de comunicação uma grande nova síntese que combinaria uma teoria da política ou imperialismo [...] com uma teoria da consciência [...] e uma teoria da tecnologia (baseada na sua interpretação do viés dos meios). [...] Tivesse ele tido mais dez anos de vida, teria completado com sucesso a síntese? (WATSON, 2006, p. 416. Tradução nossa.)

Esse fracasso de Innis ilustra a dimensão de uma ambição de totalização da história que certamente não é apenas sua.

Em terceiro lugar, é importante que seja ressaltado que toda classificação é potencialmente judicativa, é uma base para atribuição de valor e realização de julgamentos, o que termina por acontecer com os pensamentos baseados em uma classificação que parte das mentalidades engendradas pelos meios de comunicação.

Qualquer um dos autores mencionados poderia servir de exemplo paradigmático; Innis, contudo, apresenta o especial interesse de localizar na atualidade um período de decadência e queda.

Para este autor, a contemporaneidade é marcada por uma profunda crise, ligada aos meios de comunicação e, mais profundamente, a uma “industrialização” geral das culturas. Essa decadência teria como remédio possível um retorno à vitalidade da oralidade (que este autor, contrariamente a outros, não via nos meios eletrônicos).

As condições de liberdade de pensamento estão em risco de serem destruídas pela ciência, tecnologia e a mecanização do conhecimento, e com elas, a civilização Ocidental. Meu viés está com a tradição oral, particularmente como refletida na civilização Grega, e com a necessidade de recapturar algo de seu espírito (INNIS, 2008, p. 190. Tradução nossa.).

McLuhan, valorizando positivamente a contemporaneidade, é o simétrico exato do pessimismo innisiano. Assim, por exemplo, em termos políticos:

Com a TV, chegou ao fim a votação em legendas partidárias, uma forma de especialismo e fragmentação que já não funciona. Em lugar da votação no partido, temos a imagem icônica e inclusiva. Em lugar do programa ou do ponto de vista político, temos a atitude e a posição política inclusivas. Em lugar do produto, o processo (McLUHAN, 2005, p. 361).

O que se passa com os cubanos em relação à TV é a experiência da participação direta nas tomadas de posições políticas (Ibid., p. 348-349).

Mas essa simetria não deve mascarar o pertencimento comum dos dois autores a essa vontade de julgar, positiva ou negativamente, não importa, a época e seus homens.

Todos estes três pontos acima destacados (sistema de pensamento ternário estruturado como uma filosofia da história, de caráter totalizador e judicativo) remetem ao problema do epocalismo, um modo de teorizar que pensa a história como sucessão de épocas qualitativamente distintas e delimitáveis, e obriga a pensar a difícil questão das escalas de análise utilizadas para falar de nossos processos de comunicação. É possível olhar de longe, como que através de um telescópio, para apreender em uma visada um largo espectro de acontecimentos; é possível também olhar de perto, como com um microscópio, para ver em detalhe a especificidade de algum processo. No primeiro caso, em geral cai-se no epocalismo; no segundo, nos estudos de caso singulares. Esses pontos nos obrigam igualmente a pensar a natureza das mudanças históricas que marcam as culturas humanas.

Um tal pensamento totalizador epocalista pode, portanto, ser contraposto a outro, em uma forma de pensar mais afeita à parcialidade, cuja ambição é bastante diferente da do primeiro.

Um Paradigma Alternativo

Nosso desafio seria, desta maneira, rascunhar preliminarmente uma proposta alternativa ao que denominamos *epocalismo* para a análise das relações entre meios de comunicação e subjetividade. Trata-se de um problema teórico-metodológico bastante complexo, e este breve texto não ambiciona outra coisa senão fornecer linhas básicas a partir das quais se possa fomentar a discussão.

É possível uma investigação histórica dos efeitos subjetivos dos meios de comunicação em que não se remeta a singularidade e o movimento próprios à vida social ao domínio do idêntico? Estaria fadado ao fracasso um estudo que torne inteligíveis as relações humanas mediadas pelas tecnologias de comunicação sem submetê-las a um modelo binário/ternário, dependente do estabelecimento prévio de uma ruptura que, como passe de mágica, determine coercitivamente em cascata os modos de apreensão dos meios pelos indivíduos?

Diante desse quadro, talvez seja frutífero para os estudos em Comunicação uma aproximação às perspectivas presentes em setores da História, da Sociologia e da Filosofia que, apesar de terem bases teórico-metodológicas diferentes, têm trazido o problema da abordagem das singularidades da vida em sociedade para o primeiro plano de seus questionamentos.

Em Sociologia e Filosofia, destaca-se a releitura, nas últimas duas décadas, das obras do francês Gabriel Tarde, comumente descrito como precursor do pensamento sociológico, mas que em cujo empreendimento teórico fora acusado de excessivo psicologismo e impressionismos de toda ordem. O ponto nodal da

reabilitação contemporânea de Tarde talvez resida precisamente na urgência que perpassa as Humanidades em geral, e a Comunicação em particular, de se pensar as relações humanas de modo que não se esquive ansiosamente a evidência do baile desgovernado de diferenças, de impermanências ou de permanências transitórias, frágeis, que governam nossas vidas em sociedade. No caso em que nos detemos neste trabalho, coloca-se a urgência de se pensar uma relação entre meios de comunicação, cultura e subjetividade para além do modelo de mentes que redundava em uma filosofia da história de totalização improdutiva.

Para Tarde, tratava-se de uma desvantagem o abandono do conteúdo vivo e transformador das sociedades humanas em nome de um suposto aperfeiçoamento do método científico. Este autor notou que, em nome de uma ciência sociológica, partia-se justamente daquilo que seria preciso explicar, ou seja, a semelhança entre os mais variados tipos humanos. Se parte-se da identidade, a diferença deve ser explicada. Se o fixo, a estrutura, é a base, o movimento é obliterado ou, no máximo, é secundário, na medida em que é tido como “internalização” de regras superiores.

É preciso salientar que o privilégio da diferença não afasta a compreensão de estruturas macro. Elas serão entendidas como composições inerentemente provisórias, que só garantem sua rigidez porque são atualizadas continuamente pelo movimento do socius em suas crenças e desejos conjugados. Esta atualização não é desprovida, contudo, de pequenas e aparentemente invisíveis alterações sociais, que só serão por sua vez notadas quando se repetirem em diversos seres que compõem o tecido social. Em resumo, não se ignora o macro, mas se altera o viés de explicação quando o macro é decorrência do micro, e não o oposto. Na base da ontologia tardeana, reflete-se a constatação de que nada há de fixo e permanente neste mundo, seja considerado o mundo físico-químico, o mundo vital ou o mundo social. Sendo assim, mesmo diante de uma regularidade aparentemente sólida, pululam pequenas diferenças que preparam o terreno para mudanças mais significativas do ponto de vista da percepção coletiva. Não se podem afirmar grandes regularidades sem se atentar a este ponto relevante. Assim,

se tudo vem da identidade e se tudo visa à identidade e para ela vai, qual a fonte desse rio de variedade que nos deslumbra? Estejamos certos, o fundo das coisas não é tão pobre, tão monótono, tão descolorido quanto supomos. Os tipos são apenas freios, as leis são apenas diques, opostos em vão ao transbordamento de diferenças revolucionárias, internas, nas quais se elaboram secretamente as leis e os tipos de amanhã, e que, apesar da superposição de seus jugos múltiplos, apesar da disciplina química e vital, apesar da razão e da mecânica celeste, acabam um dia, como os homens de uma nação, derrubando todas as barreiras e fazendo dos próprios cacos um instrumento de diversidade superior (TARDE, 2003, p. 78).

Se, no âmbito do pensamento sociológico e filosófico, o problema da singularidade da experiência social vem sendo recuperado nas últimas décadas, o mesmo pode ser dito no campo da historiografia, onde talvez ele se desvele

mais concretamente na prática de uma série de historiadores contemporâneos, mais especificamente daqueles que trabalham com o domínio da chamada *micro-história*. Apesar de podermos indicar como ponto de confluência desta perspectiva os trabalhos de alguns historiadores italianos (dentre os quais está o célebre “O queijo e os vermes”, de Ginzburg), não seria possível definir referências teóricas comuns a tais estudos, caracterizados em geral por certo ecletismo (LEVI, 1992, p. 133). A carência de uma concepção de interpretação e de uma problemática micro-histórica em termos homólogos (REVEL, 1998, p. 15), contudo, não impede que tenham sido desenhados alguns princípios gerais de interrogação para o pesquisador que se aventure por esta original maneira de se produzir história.

Como indicou o italiano Giovanni Levi, o que precede o trabalho dos pesquisadores nestes casos é a convicção de que é possível mapear nas malhas da história diversos campos de indeterminação (LEVI, 1992, p. 158) da subjetividade humana em construção nas relações sociais, sem necessariamente rejeitar as elaborações formalizadas que permitem uma descrição dos quadros macro. Não estaria em jogo o embate entre particular e geral, mas a produção de um paradigma que não subordine o particular ao geral, e sim os conjugue em um profícuo tensionamento.

Para que tenhamos a dimensão concreta desta relação produtiva proposta pela micro-história, mencionamos um curioso exemplo de Levi. Haveria uma ampla discussão entre historiadores acerca da comercialização de terras em países da Europa Ocidental e da América Colonial. Dado o volume acentuado de transações monetárias de terras registrado em documentos notariais, já nesta época haveria indícios de uma presença precoce de práticas capitalistas e individualistas, manifestadas na existência de uma espécie de mercado autorregulado por transações impessoais. Contudo, afirma Levi,

apenas reduzindo-se a escala de observação a uma área extremamente localizada, foi possível observar que o preço da terra variava segundo o relacionamento de parentesco entre as partes contratuais. Também foi possível mostrar que eram imputados preços variáveis a terras de igual dimensão e qualidade. Desse modo, tornou-se possível estabelecer que se estava observando um mercado complexo, em que os relacionamentos sociais e pessoais desempenhavam um papel determinante no estabelecimento do nível de preço, do prazo de pagamento e das formas pelas quais a terra trocava de mãos. Esse exemplo parece-me particularmente revelador da maneira como a micro-história procede de modo geral. Os fenômenos previamente considerados como bastante descritos e compreendidos assumem significados completamente novos, quando se altera a escala de observação. É então possível utilizar esses resultados para extrair uma generalização mais ampla (p. 141).

Certamente, não é necessário que se adira automaticamente aos pressupostos tardeanos da diferença ou aos preceitos em construção da micro-história. Apenas levantamos a necessidade de repensar as bases epistemológicas de trabalhos da área de Comunicação, frequentemente naturalizadas, como no caso dos autores mencionados inicialmente.

Diante do que descrevemos como epocalismo, uma estrutura de pensamento de grande força quando se abordam as relações entre Tecnologias da Comunicação e percepção/subjetividade, o privilégio da perspectiva microsossial da diferença, tal como se dá no trabalho de Tarde, poderia constituir uma alternativa ao esquema de comparação entre épocas descritas homoganeamente. Se o epocalismo apresenta uma ruptura significativa entre eras idênticas em si mesmas, manifestada pelo modelo de alterações de mentes, a perspectiva da diferença por sua vez multiplica, pluraliza as rupturas ao estilizar o domínio da vida, restituindo a ela o movimento que lhe é peculiar. O problema passa a ser, fundamentalmente, encontrar as regularidades sociais, visto que se parte da singularidade dos usos. Seria preciso uma vastíssima gama de comprovações empíricas, exaustivamente catalogadas, para que se afirmasse que um determinado período histórico privilegiaria dado tipo de mente. Não se poderia partir de antemão de uma afirmação totalizadora como esta.

Já a linhagem da micro-história nos interessa não no sentido de decalcarmos suas experiências sem refletirmos sobre as especificidades de nosso domínio de saber, mas no sentido de que nos auxilia a repensar as bases do que se entende por social, por história, por macro, micro – questões que consideramos cruciais para a Comunicação atualmente. Como sugere o historiador Jacques Revel, “variá-la objetiva não significa apenas aumentar (ou diminuir) o tamanho do objeto no visor, significa modificar sua forma e sua trama” (REVEL, 1998, p. 20). Para isso, é preciso “não mais abstrair, mas, num primeiro momento, enriquecer o real, se assim se desejar, levando em consideração os aspectos mais diversificados da experiência social” (Ibid., p. 22). Por fim, seria uma alternativa ao esquema classificatório do epocalismo, ao propor que

o recurso a sistemas classificatórios baseados em critérios explícitos (gerais ou locais) é substituído na microanálise pela decisão de levar em consideração os comportamentos por meio dos quais as identidades coletivas se constituem e se deformam. Isso não implica que se ignorem nem que se desprezem as propriedades “objetivas” da população estudada, e sim que se as trate como recursos diferenciais cuja importância e cuja significação devem ser avaliadas nos usos sociais de que são objeto – ou seja, em sua atualização (Ibid., p. 26).

Dada a complexidade e a importância da influência social e subjetiva das diversas Tecnologias de Comunicação, é preciso que repensemos de fato as ferramentas teóricas com as quais viemos abordando nossos objetos de pesquisa. Os caminhos aqui indicados pretendem apenas estimular o debate para uma possível posterior definição mais objetiva que possa ser posta em ação.

À Guisa De Não Conclusão: Questões Que Não Podemos (Mas Tentamos) Responder

Foi abordado acima um modo de pensar a relação entre Comunicação, cultura e subjetividade que parte da noção de tipos de mentes produzidos por diferentes meios de comunicação. Esse modo de operar leva a uma compreensão da história de caráter classificatório, epocalista, judicativo, esquematista, generalista, totalizador.

A esse modo de operar foi contraposto um segundo, que é afeito ao pequeno, não totalizador, parcial, descritivo. A uma sucessão de tipos de mentes e de épocas, se substituiu uma visão da história como sendo marcada por continuidades de fundo que relativizam as mudanças de superfície, que obrigam a pensar as rupturas sobre fundos de continuidade, percebendo como diversas linhas de mudança e de permanência agem simultaneamente num dado contexto social.

Não se tendo aqui a pretensão da conclusão, serão apenas levantados alguns pontos para ulterior discussão. Mais do que responder, o que se tenta é colocar algumas questões.

Primeiro grupo de questões, relativo ao problema das classificações: Seria possível uma forma de classificação não totalizante? Um pensamento que parte de classificações básicas redundaria sempre em epocalismo e numa forma de totalização do campo classificado?

Em princípio, a primeira pergunta deve receber uma resposta negativa, pois toda classificação em seu desenvolvimento tende a organizar um campo onde cada categoria existe em oposição e diferença em relação a todas as outras (conceito de valor da linguística saussuriana). As categorias classificatórias tendem a preencher e esgotar a totalidade do possível, o que tem como correlato a totalização.

Se isso leva a um epocalismo é uma questão mais sutil e difícil de responder. Uma resposta indutiva, considerando o conjunto de autores tratados acima – portanto, bastante provisória e que precisaria ser verificada em relação a um conjunto mais estendido e diversificado de autores – seria a de que, se as categorias se ordenam diacronicamente, fatalmente tem-se alguma forma de epocalismo; se as categorias se ordenam sincronicamente, mapeando um contexto em um momento histórico dado, o epocalismo por definição, sendo um processo diacrônico, não pode ter lugar. Essa primeira resposta, porém, em termos práticos, quando aplicada ao campo da história dos meios, portanto, aplicada na diacronia, significa uma certa inelutabilidade do epocalismo...

Segundo grupo de questões, relativas à compreensão da história: Seria possível pensar a história sem classificações? Como pensar a mudança histórica sem classificar?

Uma resposta provisória: a possibilidade de uma compreensão da história fora de um regime de classificações de épocas supõe o abandono da ambição de totalização, portanto implica uma visão histórica não totalizante e parcial. Essa visão não-total do processo histórico levaria a compreender as mudanças históricas não como ruptura e corte entre momentos qualitativamente diferentes, mas como rearranjos e reorganizações de elementos diversos presentes em um contexto qualquer, com a inclusão de alguns elementos novos, com a exclusão de alguns elementos antigos. Assim, por exemplo, a escrita não levaria a uma nova mentalidade letrada, mas acrescentaria ao oral, em um arranjo diferente, um novo elemento, o que implica que grandes continuidades possam existir. Cada momento histórico seria encarado como um arranjo de elementos heterogêneos, contraditórios, complexos, e a mudança consistindo em rearranjos com possíveis introduções de peças novas e desaparecimentos de antigas.

Terceiro grupo de questões, ligadas à relação entre os dois estilos teóricos delineados acima: as descrições micro e o epocalismo seriam dois estilos epistemológicos complementares, cada um contribuindo para uma compreensão de conjunto em uma escala específica (da parte ou do todo)? Ou seriam antes dois estilos radicalmente incompatíveis entre si?

A resposta mais evidente e, é o caso de se dizer, politicamente correta ao problema colocado, seria a de que são estes dois pontos de vista diferentes e complementares, cada um com sua positividade. Essa resposta fácil pode, contudo, ser problematizada em favor de uma segunda resposta mais sutil. Esta consistiria em sustentar que não são dois estilos complementares, mas antes dois estilos incompatíveis que remetem cada um a um campo específico de teorização.

A teorização microscópica e parcial seria uma forma de teorização de escopo científico, sustentada por evidências empíricas, verificável de alguma forma. Essa fundamentação empírica e possibilidade de verificação parece ser correlata do abandono da ambição de totalização explicativa, do abandono da tentativa de se produzir uma teoria total da história e das culturas. Por outro lado, as teorias epocalistas seriam teorias propriamente filosóficas, produzindo algo como uma filosofia da cultura em sua dimensão histórica. Essa forma de filosofia, permitindo por um lado a totalização conceitual, como indicada acima, implica tanto uma forma de inverificabilidade quanto uma carência de fundamentação em evidências empíricas.

Não tanto duas formas complementares de pensamento, mas antes dois regimes diferentes de teorização, cada um com sua especificidade epistemológica, os dois estilos básicos definidos acima oferecem ainda assim dois caminhos possíveis aos pesquisadores. A cada um, a tarefa de escolher o seu. Espera-se que esse esboço de discussão ajude de alguma forma nesse processo que, sendo em certa medida teórico, a rigor precede a elaboração das teorias.

Referências Bibliográficas

BURY, Richard de. *Philobiblon*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2004.

HAVELOCK, Eric. *A Revolução da escrita na Grécia e suas conseqüências culturais*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

INNIS, Harold. *The bias of communication*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press, 2008.

LEVI, Giovanni. "Sobre a micro-história". In: BURKE, Peter (org.). *A escrita da História: novas perspectivas*. São Paulo: UNESP, 1992.

MANGUEL, Alberto. *Uma História da Leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2005.

ONG, Walter. *Oralidade e Cultura Escrita: a tecnologização da palavra*. São Paulo: Papyrus, 1998.

REVEL, Jacques. “Microanálise e construção do social”. In: REVEL, Jacques. (Org). *Jogos de escalas: a experiência da micro-análise*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.

TARDE, Gabriel. *Monadologia e Sociologia*. Petrópolis: Vozes, 2003.

WATSON, Alexander. J. *Marginal Man: The Dark Vision of Harold Innis*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press, 2006.

Notas

1. Uma versão anterior deste trabalho foi apresentada no GP Produção Editorial do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012.

Da imagem à comunicação: situações éticas desafiadoras no ambiente organizacional

From Image to communication: challenging ethical situations in the organizational environment

Mônica Cristine Fort | monica.fort@pucpr.br

Graduada em Comunicação (Jornalismo) pela Universidade Federal do Paraná (1988), e em Administração pela Faculdade Católica de Administração e Economia (1989). Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1999) e Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004). Foi coordenadora do curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná entre jan/2001 e jun/2012. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em videodifusão, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, televisão, educação, comunicação empresarial e comunicação audiovisual. É autora do livro “Televisão Educativa: a responsabilidade pública e as preferências do espectador”.

Resumo

Na sociedade definida por Bauman como líquida, manter o foco no trabalho em equipe para o sucesso das organizações parece ser tarefa cada vez mais fluida. Discutir esse quadro é a proposta deste artigo, que apresenta exemplos de situações éticas desafiadoras no ambiente corporativo, como o medo, a rotina, a flexibilidade, o fracasso, os riscos, o coletivo. Para tanto, o texto aborda a imagem organizacional e os valores associados a ela e que podem ajudar a construir um significado positivo ou negativo. Considera-se também a opinião de profissionais com experiência em gestão

Palavras-Chave: Imagem, organizações, comunicação, desafios.

Abstract

In the society that Bauman defined as liquid, keeping the focus on teamwork for the success of organizations seems to be an increasingly fluid job. To discuss this context is the proposal of this work that, by examples, presents challenging ethic situations of the corporate environment, such as fear, routine, flexibility, failure, risks, and the collective. Therefore this text addresses the organizational image and its associated values that shall help building a positive or negative meaning, also considering the opinion of professionals with management experience.

Keywords: *Image, organizations, communication, challenges.*

Considerações iniciais

Imagem. O conhecimento passa cada vez mais pelas imagens. Parecemos viver uma revolução epistemológica na qual há uma transição do conhecimento alfabético-silábico pelo audiovisual. Miguel Roja Mix comenta, no livro *El imaginário – civilización y cultura Del siglo XXI* (2006), que crenças, valores e representações, por exemplo, dão ao homem uma identidade social. Ao se gerar confiança, imagina-se que opinião é formada. Ao projetar uma imagem, precisamos lembrar que o receptor dessa informação poderá interpretá-la de maneira diferente da que o texto quis transmitir. Uma campanha promocional, por exemplo, de ovos de Páscoa destinados a meninos e a meninas (sendo com embalagens azuis para meninos e rosa para meninas), gerou desconforto. Foi considerada uma campanha sexista, contrária aos padrões democráticos que são discutidos na sociedade:

Baseada em pesquisas com mães e crianças, a Ferrero - fabricante do Kinder Ovo - apostou em lançamentos “para meninos” e “para meninas” nesta Páscoa. A versão masculina é azul e traz brinquedos como carros ou aviões. A feminina é rosa e os brindes são itens como bonecas ou pulseiras. A empresa não previu a possibilidade de ser taxada de sexista nas redes sociais, mas foi exatamente o que aconteceu. Rendeu até um abaixo-assinado no site Avaaz.org. (FOGEL, 2013).

Nesse sentido, consideram-se as reflexões do jornalista Mário Rosa, no livro *A síndrome de Aquiles* (2001): não há temor maior para empresários, políticos e profissionais de sucesso do que ter suas reputações fortemente abaladas, ou até mesmo destruídas, em decorrência de uma situação crítica que provoque a reação direta da opinião pública. O mesmo autor, no livro *A reputação na velocidade do pensamento – imagem e ética na Era Digital* (2006), afirma que organizações (e pessoas ligadas diretamente ou não a tais organizações) precisam investir em uma reputação confiável. “Credibilidade não é uma medalha; é uma poupança.” (ROSA, 2006, p. 142). Portanto, não basta ter uma imagem conhecida. É preciso ser admirada:

...credibilidade, reputação, deve ser encarada como um ativo, como uma poupança. Algo que se deve acumular ao máximo ao longo do tempo, inclusive, para ter de onde sacar, em caso de necessidade [...] Se a credibilidade na esfera pública deve estar afinada com a percepção da audiência, nosso desafio agora é tentar entender esse olhar em transformação; é buscar decifrar essa nova forma de ver situada entre o primitivo e o ponto.com. (ROSA, 2006, p. 142).

O presente artigo tem como objetivo analisar situações que, de certa forma, afetam as organizações e seus colaboradores. A partir da noção de liquidez proposta por Bauman, discute-se o medo, a rotina, a flexibilidade, o fracasso, os riscos, o coletivo. Conta-se também com comentários de profissionais de diversos setores econômicos, mas que atuaram ou atuam em cargos de gestão e que, convidados a responder a um questionário, se comprometeram sem que fossem identificados. Observamos que foram convidados 100 profissionais, mas apenas 12 atenderam ao convite e encaminharam respostas que puderam ser consideradas significativas no contexto do artigo.

Vigilância, imagem e segredo

Atualmente, somos vigiados constantemente. Os aparelhos de telefone celular mais recentes – que têm múltiplas funções – são capazes de produções audiovisuais com qualidade razoável, dando projeção a fatos que sem a tecnologia provavelmente não seriam conhecidos do grande público. Hoje, se chamamos algo de segredo é porque tal segredo ainda não aconteceu, pois o que já ocorreu provavelmente já foi exposto ao mundo.

A lista de exemplos é extensa, mas citaremos o caso da ex-ministra da Juventude e Cultura da Costa Rica, Karina Bolaños, que teve um vídeo sensual vazado na web. O caso ocorreu em julho de 2012, mas, segundo declarações de Bolaños feitas à imprensa na ocasião, o vídeo tinha sido feito por ela mesma em 2007 e teria sido roubado de seu computador – o responsável pelo roubo, ainda segundo a ex-ministra, inclusive a chantageava há algum tempo. Como as imagens repercutiram negativamente na internet, a então ministra foi demitida:

O escândalo ganhou proporção ainda maior após a presidente da Costa Rica, Laura Chinchilla, ter optado pela demissão sumária de Bolaños. 'Ainda que as informações que circularam estejam estritamente relacionadas com a vida privada de Bolaños e não com o seu trabalho como funcionária pública, o afastamento do cargo se deu para que ele possa enfrentar esse caso no âmbito privado', afirmou o ministro da Cultura, Manuel Obregón. (BBC Brasil, in G1, 2012)

A projeção de um colaborador, dependendo de como acontece, pode comprometer toda a imagem institucional da organização. É comum escutarmos comentários relacionados aos políticos: “Nenhum presta”, “são todos iguais”, “só estão lá para defenderem interesses próprios”... Ações individuais podem ser, devido ao imaginário construído a partir da recepção de mensagens midiáticas, consideradas coletivas, como se todos os indivíduos daquele segmento tivessem exatamente o mesmo comportamento.

O título de uma obra de 1917 do italiano Luigi Pirandello: *Assim é, se lhe parece* – tradução de *Così è (se vi pare)* - ilustra bem as situações apresentadas por veículos de comunicação. Sendo reportadas por jornalistas, acredita-se despertar credibilidade. Dois casos de repercussão na mídia em 2010 (um local e um mundial) chamaram a atenção.

O primeiro caso, de repercussão local, foi o de um hospital particular de Curitiba, que recusou atendimento a uma pessoa em crise de saúde que não tinha recursos para pagar a conta. Em agosto de 2010, um cobrador de ônibus na capital paranaense começou a sofrer o que parecia ser uma crise de hipertensão. Era final de tarde e o trânsito estava muito congestionado. Os passageiros do ônibus, solidários, observaram que o veículo estava passando em frente a um hospital da cidade. Pediram para o motorista parar e levaram o cobrador para ser atendido. Mas funcionários do hospital negaram atendimento de emergência porque era uma instituição privada e indicaram aos passageiros que chamassem o Serviço de Atendimento Móvel de Emergência (Samu), que é público.

A situação ficou constrangedora, pois com as dificuldades do trânsito, o socorro demorou a chegar e o paciente passou a ser atendido na calçada, em frente ao hospital, pelos próprios passageiros, que não tinham conhecimentos médicos, mas seguiam as instruções, por telefone, do socorrista da ambulância pública. Um detalhe é que o celular serviu para passar informações sobre como atender ao enfermo, mas outro aparelho de telefone móvel foi utilizado para gravar imagens daquela cena dramática: chão da calçada, noite fria, falta de equipamentos ou higiene, pessoas indignadas. Ao fundo, o hospital – sua logomarca associada ao desrespeito a um trabalhador que naquele momento precisava de atendimento médico.

A frase *Assim é, se lhe parece* resume o que pode ter resultado para o hospital a recusa no atendimento. Passageiros indignados fizeram questão de registrar o ocorrido, inspirados no potencial jornalístico do caso. As cenas do episódio com o cobrador foram parar na televisão e a Internet deve perpetuar o audiovisual¹. Cabe ressaltar que o hospital se defendeu informando que, por ser uma instituição privada, não poderia atender ao paciente, que preferiu solicitar pronto socorro público. Mas o assunto tornou-se manchete, reportagem principal do telejornal regional de maior audiência na cidade. A imagem do hospital foi divulgada por ter negado socorro a um cidadão. *Assim é, se lhe parece!* Não há justificativa suficiente para convencer o espectador que aquela instituição é confiável, séria, ética, responsável. Afinal, se o que traduz uma imagem são os valores associados a ela (ROSA, 2006); não atender o cidadão porque ele não podia pagar pelo atendimento deixa de lado um dos principais valores humanos, o direito à vida.

O outro exemplo, que também teve repercussão política e midiática – e em proporções infinitamente maiores – aconteceu no Chile. Foi a explosão na Mina San José, em Copiapó. A mineradora, a cidade, o deserto de Atacama, o país foram expostos mundialmente. E o resgate dos 33 mineiros, que estavam presos há mais de 600 metros de profundidade, 69 dias depois, foi apresentado ao vivo para o mundo inteiro. O assunto, trágico, merecia as páginas dos jornais, as manchetes de rádio, televisão e Internet. Questionou-se, inclusive, a semelhança do episódio com o filme de Billy Wilder, *A Montanha dos Sete Abutres*.

Acompanhar a dor e a esperança das famílias, a situação em que se encontravam os mineiros, o fim do confinamento forçado desperta o interesse do público. O repórter da brasileira Rede Globo de Televisão, Carlos de Lannoy, informou em uma reportagem que mais de 1500 jornalistas estiveram no deserto de Atacama para acompanhar o desfecho da história (LANNNOY, 2010). Entre as cenas comoventes reportadas pelos profissionais de comunicação que transmitiram o evento, uma delas chega a ser engraçada; um dos mineiros, Yonni Barrios, foi “recebido pela amante”, segundo jornais brasileiros. Uma questão de família, um relacionamento privado, foi apresentada – para o mundo inteiro – diante das câmeras de televisão:

A volta à superfície de Yonni Barrios pôs fim, esta quarta-feira, a um dos maiores suspenses relacionados com o resgate dos 33 mineiros presos em uma jazida no norte do Chile, depois que sua esposa e amante disputaram quem o receberia. Há várias semanas no exterior da mina San José, Valenzuela e Marta Salinas – esposa legítima de Barrios há 28 anos – chegaram a se agredir fisicamente ao disputar quem seria sua companheira. Finalmente, foi a amante quem o recebeu com um longo abraço na saída do duto. (FRANCE PRESSE, 2010)

Mas o que nós, espectadores, leitores, ouvintes, internautas, temos a ver com isso? E o que representam esses exemplos para as empresas? As organizações devem entender que a sociedade do conhecimento é interligada, interativa e intencionada (bem ou mal, mas intencionada). Isso significa que um pequeno fato, que poderia representar um problema administrativo ou pessoal, por exemplo, pode virar um caso comprometedor. Um erro local não representa mais um dano local, como no passado, mas provoca um dano global. As empresas não podem pensar dentro de quatro paredes, pois elas estão nos quatro cantos do mundo. Portanto, se desprezarem a comunicação, considerando um gasto e não um investimento, podem colocar em risco sua tradição.

Para a confecção deste texto, convidamos por meio de mensagem eletrônica 100 profissionais das áreas de Comunicação, Direito, Administração e Educação, que ocupam ou ocuparam cargos de gestão, para responderem um questionário elaborado por meio da ferramenta gratuita de pesquisa *Survey Monkey*. Foi selecionado o dia 23 de março, das 14h às 22h, para considerar respostas significativas à construção do artigo. No período de tempo mencionado, 12 pessoas responderam à pesquisa.

Vejam o que elas entendem como imagem institucional. “É a percepção que os públicos têm sobre as ações de determinada empresa pública ou privada”, respondeu um dos participantes. “A forma como uma empresa se apresenta no mercado”, comentou outro respondente. Alguém, provavelmente da área da Comunicação, apresentou uma definição mais técnica: “Na área da comunicação corporativa, representa a preocupação com a imagem da organização no âmbito institucional. A imagem institucional esta ligada a aspectos internos como comunicação interna e clima organizacional e no aspecto externo ao relacionamento da empresa e marca com o consumidor e com os *stakeholders*”.

Há também quem não associe a imagem do colaborador com a própria imagem da instituição, como se fosse algo imposto pela própria organização: “É quando as pessoas que levam a imagem institucional são felizes, realizadas com o que fazem... e não aquilo que a empresa enxerga ou tenta passar como imagem... ideal de instituição”, mencionou outro participante. Entre as respostas ainda encontramos: “Na verdade é algo individual, trata-se do que as pessoas pensam sobre a instituição. A instituição pode fazer algo positivo ou negativo com relação a sua imagem dependendo de sua comunicação e principalmente de suas atitudes”. Mas quais devem ser as atitudes da organização para que ela tenha boa imagem institucional?

Para Mário Rosa (2006), a verdade é o que vemos como verdade. E no esforço de poupar credibilidade, as imagens precisam estar associadas a valores positivos. Trata-se de uma atividade permanente. A escolha do autor, que escreve uma obra repleta de exemplos, se deve pela reflexão que fazemos das relações de trabalho na modernidade líquida (BAUMAN, 2001). São ações que passam pelas imagens, que estão tanto na realidade concreta quanto na dimensão da informação em tempo real. Bauman, entre os temas pelos quais se refere à liquidez, analisa também o Medo Líquido (2008). Se há uma situação presente na realidade concreta das sociedades líquidas é o medo: de perder o emprego, da violência urbana, do terrorismo, da falta de amor, da solidão... e o medo é provocado pela dimensão da informação em tempo real. Um hospital pode ser apresentado como a instituição que condena carentes à morte, ou em um acidente trágico, um dos sobreviventes é visto como o Don Juan pelo qual mulheres disputam quem vai garantir seus 15 minutos de fama (mundial).

Situações éticas desafiadoras no ambiente organizacional

Estamos à deriva. O medo (líquido) provoca mal estar nas relações de trabalho. As pessoas parecem temer serem passadas para trás, perderem oportunidades, ficarem sem projeção. Como se ladrões, de repente, invadissem seu ambiente profissional e as fizessem reféns (das circunstâncias). Os inseguros, quando não executam tarefas que diante da percepção pública sejam essenciais, podem ficar tentados a derrubar o oponente (colega?). Fala-se tanto da necessidade do trabalho em equipe e, ainda assim, parecemos observar cada vez mais as pessoas “ensimesmadas”, ou seja, individualistas, com a falsa desculpa de que quem não interage é o outro: “Eu estou disponível, os outros não querem trabalhar comigo”. Não há laços fortes, não há longo prazo.

Perguntamos aos respondentes o que eles achavam da segurança em seu ambiente de trabalho. Não se associou segurança à estabilidade profissional ou à violência urbana. A intenção era descobrir a associação que o gestor faz quando o assunto é segurança. Assim, as respostas foram bastante diferentes entre si. Desde quem comentou que no momento não está trabalhando e por isso não poderia responder sobre a segurança no ambiente profissional a “é a proteção individual, no meu caso, luva máscara, bota, óculos, avental, e por aí vai.”; “Frac. Segurança da Informação deveria ser prioridade em todas as empresas.”; “Cada área tem aspectos bem particulares na questão de segurança. Tem ambientes que o nível de segurança cria um ambiente de grande stress.”; “Não considero o ambiente em que trabalho seguro”; “Sinto-me inseguro, pois não há mais confiança organizacional. As empresas estão adotando modelos eficientes no que diz respeito a resultados financeiros, mas péssimos se levar em consideração que as pessoas estão sendo completamente descartadas”.

No ambiente organizacional, também observamos a rotina, mencionada por um dos respondentes no quesito segurança: “Empresas cada vez mais bisbilhotam a rotina dos funcionários, gerando intimidação e dificultando o clima organizacional”. É o que leva as pessoas ao desânimo, à falta de desafios. E como sabemos que o outro nos observa, parecemos

manter voluntária, mas compulsoriamente, essa rotina. Os participantes da pesquisa também puderam comentar especificamente a esse respeito, e têm a dizer: “(A rotina lhe) deixa distraído, você não presta mais atenção em nada a sua volta.”; “Em certos momentos, a rotina me dá segurança, mas em outros me entedia.”; “Rouba os sonhos. Robotiza tarefas que deveriam ser prazerosas.”; “cansa”; “inquieta”; “incomoda”. Uma única voz dissonante no grupo de respondentes: “Traz organização e equilíbrio”.

A justificativa a essa, digamos, “mesmice”, passa também pela complexidade das sociedades hipermodernas (LIPOVETSKY, 2004), com a tecnologia que nos expõe ao mundo. *Sorria, você está sendo filmado*. Essa frase, que encontramos em elevadores, corredores, recepções de instituições públicas e privadas, nos dá uma noção de como a sociedade da informação nos deixa expostos. Todos parecemos viver em um grande laboratório, sendo vigiados o tempo todo. Ferramentas do Google, por exemplo, permitem localizar pessoas e endereços em quase todos os pontos do planeta. Alguns serviços, como o Google Earth (STREET VIEW, 2011), têm flagrado pessoas em situações constrangedoras: tomando sol nuas em suas próprias casas, trocando de roupa atrás de automóveis na doce ilusão de que ninguém pode ver, fazendo sexo...

E o Google Street View flagrou mais um caso curioso. Desta vez, foi na cidade de Manchester, na Inglaterra. O serviço de localização do Google registrou um casal em um beco deserto fazendo coisas indiscretas. As imagens mostram uma mulher, segundo o site Gawker, prostituta, masturbando um homem. O flagra foi divulgado pelo site Google Sightseeing, especialista neste tipo de incidente, e passou a circular em outras páginas e nas redes sociais nesta última quinta-feira (14). Pouco depois de tomar conhecimento do caso, o Google rapidamente retirou as imagens do ar. No entanto, obviamente, o “estrage” já estava feito. (JESUS, 2013).⁸

Somos vigiados constantemente. E qualquer aparelho de telefonia móvel é capaz de captar e transmitir imagens, sons... todos somos pessoas públicas, “e deixamos rastros” (ROSA, 2006). É uma dependência tecnológica. Em um caso de assalto no qual fomos vítimas, decidimos colocar no dia seguinte uma frase em nossa página do Facebook: “Como são traumáticos os assaltos à mão armada. Reféns em nossa própria casa”. Pessoas de diversos lugares do mundo queriam saber o que tinha acontecido – e essa não era nossa intenção. Não quisemos provocar a comoção. Foi um desabafo de quem não costuma colocar informações pessoais no mural do Facebook, por prezar demais a privacidade, a particularidade.

Os exemplos citados ao longo do texto teriam como ser mantidos em segredo? Dificilmente. A tecnologia proporciona uma instantaneidade capaz de propagar uma informação a milhões de pessoas em tempo real, e que não se restringe apenas à área geográfica em que as ações se dão. Mesmo assim, os respondentes da pesquisa acreditam que os segredos podem ser mantidos. Das 12 respostas, apenas quatro citam que a tecnologia desvende os segredos: “hoje em dia qualquer hacker consegue ter acesso ao que deseja com um pouco

de empenho.”; “ela estimula a exibição pública de fatos que deveriam ficar na esfera privada. É um fetiche contemporâneo.”; “estamos sendo vigiados em todos os locais. Recursos como câmeras de segurança e até mesmo localizadores (GPS, Google Earth...) assustam.”; “O advento da Internet tornou tudo muito rápido e próximo. Se uma atriz famosa, por exemplo, é vista saindo de um consultório ginecológico, logo começam as especulações se ela está grávida”.

Os demais respondentes acreditam que ainda há mecanismos para se manter a discrição. Destacamos alguns comentários: “Ainda há livre-arbítrio por parte de seus usuários, de expor ou resguardar determinados assuntos. Acredito que a tecnologia ampliou o alcance e o tempo das informações.”; “os segredos continuam existindo, o que fez a tecnologia foi aflorar o lado mais humano das instituições e isso é visto como positivo pela maioria das pessoas.”; “qualquer coisa além daquilo que quero mostrar torna-se invasão de privacidade, sujeito a processo indenizatório...”; “se fosse assim não teríamos produtos exclusivos.”; “Aquilo que ainda não caiu na rede pode ser segredo”.

E é nesse mesmo aspecto que apontamos a flexibilidade como outra situação ética desafiadora. A adaptação às condições tecnológicas pode ser difícil, mas é necessária. Se nos anos 1990 discutia-se tanto a resistência à mudança, hoje parecemos discutir a resistência à permanência. Tudo muda o tempo todo. O que hoje é necessário, amanhã pode ser uma prática que deve ser deixada de lado. Como não sermos flexíveis a essa realidade líquida?

E como “ler” essa realidade virtual? Nas relações de trabalho, os acordos e contratos formais são necessários à proteção dos sujeitos. Cada decisão pode provocar uma reação inadequada. Como justificar a permanência de sujeitos em organizações porque são protegidos por partidos políticos, legislações, sindicatos, organizações que nem sempre defendem o progresso das instituições? Mas também, como sentir-se amparado, protegido, seguro nas próprias organizações onde hoje o sujeito é necessário, leal e fiel, mas amanhã, graças a novos métodos ou modelos gerenciais, ele pode se tornar descartável, sem ao menos entender o que aconteceu, pois em sua mente ficam dúvidas: “Mas não era isso que sempre me pediram? Eu nunca fiz nada errado! Por que, agora, não precisam mais de mim?”.

Aos participantes da pesquisa, foi então questionado como definiriam sucesso. As respostas foram: “conseguir realizar meus projetos, independente da relação com dinheiro.”; “Ter êxito em algo.”; “A pessoa adquirir estabilidade e condições suficientes para poder agir no ambiente (que tanto pode ser o ambiente organizacional como o ambiente onde estão as pessoas com quem se importa) conforme o que deseja. Penso que isso é verdadeiramente realizar-se por meio do trabalho, e trabalhando para modificar uma realidade que a incomoda, essa pessoa poderá realizar-se como ser humano.”; “realizar sonhos, conquistar desafios.”; “Algo que vem com o tempo.”; “Meta.”; “Sucesso é fazer o que gosta reservando tempo para uma agenda rica e diversa.”; “Cada um

corre atrás da sua felicidade, não adianta ter sucesso e se sentir sozinho.”; “O prazer de fazer o que gosta ao lado de pessoas que fazem parte da sua vida (família e amigos).”; “Felicidade e satisfação naquilo que faço, com um pouquinho de dinheiro...”; “Reconhecimento, respeito.”; “Algo difícil de conseguir na atualidade”. Observamos que, para os participantes desta pesquisa, o sucesso não está relacionado à recompensa financeira, mas sim ao prazer de viver bem e de ser respeitado no ambiente em que o sujeito se encontra. As relações de trabalho devem ser claras, objetivas, assertivas. Respeito gera segurança.

Considerações finais

Assumir riscos na modernidade líquida é natural. Para tanto, é importante sempre refletir sobre as ações adotadas. O processo de tomada de decisão inclui muitas variáveis. Ao saber que o sujeito da Era da Informação está sendo constantemente monitorado, exigem-se precauções e, sobretudo, transparência. O jornalista Mário Rosa (2006) apresenta o que chamou de “Os dez mandamentos da nova reputação”; são eles: 1) Não desprezará a tecnologia – deve estar no topo de qualquer planejamento; 2) Romperá com velhos condicionamentos – adquirir novos conhecimentos e desprezar os que já não funcionam mais; 3) Viverá sempre em público – todos somos pessoas públicas (e deixamos rastros); 4) Obedecerá a uma nova Ética – adotar preventivamente uma nova forma de conduta; 5) Não mentará – mentir é expor-se a um enorme risco de contestação; 6) Será uma marca – construir um significado claro e positivo perante a percepção alheia; 7) Será mais transparente – a tecnologia irá decretar a morte de segredos; 8) Não esquecerá o passado – nem todos os condicionamentos antigos devem ficar desativados; 9) Viverá em duas dimensões – realidade concreta e dimensão da informação em tempo real; 10) Aprenderá a ver e a se expor – uma nova forma de ver implica numa forma nova de ser visto.

Os sujeitos precisam admitir sucessos e fracassos. E é importante observar que eventuais perdas não são fracassos. As associações com o futebol levam a interpretações equivocadas. Em uma partida, alguém tem de ganhar... nem mesmo empates não são vistos como bons resultados. Há um opressor e um oprimido, um mocinho e um bandido. Isso não deveria ocorrer, pois, na liquidez das relações humanas, se o mocinho estiver “bem iluminado”, sua imagem positiva não precisará ser, necessariamente, associada ao fracasso. Ele pode resgatar um bocado da conta-poupança da credibilidade, um montante suficiente para manter-se bem diante do olhar público. Mário Rosa (2006) afirma que o que traduz uma imagem são os valores associados a ela. O autor nos propõe um teste:

Se você fosse instado a responder: quem foi o pai mais carinhoso? Digamos que houvesse apenas as seguintes opções:

() O brasileiro Sérgio Vieira de Mello

() Saddam Hussein

[...] não está sendo perguntado quem possuía os valores éticos mais apropriados ou qual dos dois era pessoalmente o homem mais admirável. Até pela trajetória de ambos, poucos duvidariam que a vida do brasileiro, morto, vítima de um atentado

cruel, jamais esteve associada aos abusos e barbaridades que pesam na biografia de Saddam. [...] Como o brasileiro tem uma imagem positiva, tendemos a atribuir a ele os atributos positivos. Atribuímos à imagem negativa de Saddam valores igualmente negativos. Quando uma imagem é positiva, atribuímos a ela virtudes que ela não tem e atenuamos defeitos que verdadeiramente possui. Quando negativa, atribuímos defeitos talvez inexistentes e desconsideramos virtudes reais. O que dá significado a uma imagem são os valores associados a ela. (ROSA, 2006, p. 139).

Entre os valores positivos nas relações de trabalho, estão a atuação integrada, a sinergia, a colaboração. Será um trabalho coletivo ou serão ações individuais? O verdadeiro líder conjuga o verbo vencer sempre no plural: “nós vencemos”. Mas muitas pessoas parecem adotar o que há muito tempo se comenta negativamente no futebol: “Eu venci, nós empatamos, vocês perderam”. A equipe procura o sucesso coletivo. Trabalhar com as pessoas que não compreendem esse significado é o desafio das organizações líquidas e de seus gestores (líderes?) fluidos.

Os respondentes do questionário que serviu como fonte de informação na elaboração deste texto também apresentaram comentários a respeito do ambiente de trabalho ideal. Como respostas, destacamos: “Ambiente organizado.”; “Aquele onde há respeito, polidez, condições básicas de trabalho, harmonia e transparência das informações.”; “O que tem horário flexível, que não exige adaptações rígidas de comportamento e pensamento à sua filosofia, que dê liberdade a quem trabalha nele para agir conforme o que deseja, na medida do possível, e que não veja o funcionário apenas como o funcionário.”; “Aquele em que respeita as diferenças, exalta as qualidades e investe nos colaboradores, em negócios ecossustentáveis e na comunidade.”; “O ambiente com clareza nos processos, nas escolhas, no tratamento.”; “Flexível, respeitando o tempo de maturação das ideias e o ritmo e habilidades de cada um.”; “Livre de protocolos e formalismos... Livre também de situações constrangedoras. Tem que ser aberto, transparente, de preferência sem conceitos ‘business’ que só servem para pensar que dinheiro e lucro a qualquer custo é melhor que o respeito ao próximo...”; “Um ambiente de parceria, de troca, de trabalho em equipe ninguém é nada sozinho”. Este coro não deve ser ignorado. Um ambiente organizado em que as pessoas se respeitem, independente de seu nível hierárquico, um clima de reconhecimento coletivo, é considerado ideal. Informações claras e precisas contribuem para a geração e a manutenção deste clima.

A comunicação de uma organização (e aqui incluímos também as relações de trabalho) não deve ignorar os fatos, superdimensioná-los, manipulá-los ou mentir em relação a eles. Portanto, há desafios a serem seguidos, como: criar a cultura da comunicação; construir e consolidar o relacionamento com os pares e com a mídia; construir imagem e reputação positiva; definir estratégias, estruturas, operações e investimentos. (VIANA, 2004). É preciso investir em comunicação continuada, porque o exercício para associar a imagem da organização a valores positivos é uma ação permanente. Naturalmente, nesse processo, a transparência e a prestação de contas à sociedade são fatores balizadores das ações da organização. Ética é condição para o exercício de suas atividades.

Referências Bibliográficas

- BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- _____. *Medo líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- BBC Brasil. *Vídeo sensual provoca demissão de vice-ministra na Costa Rica*. Em imagens que caíram na web, vice titular da pasta de Juventude e Cultura aparece em trajes íntimos. <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/08/video-sensual-provoca-demissao-de-vice-ministra-na-costa-rica.html>> (Acesso em 19 mar 2013).
- FRANCE PRESSE. *Chile: mineiro Yonni Barrios é recebido pela amante*. 13 out 2010. <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/10/chile-mineiro-yonni-barrios-e-recebidopela-amante.html>> (Acesso em 14 out 2010).
- FOGEL, Adriana. *As marcas que já cometeram gafes de marketing*. Veja alguns casos de ações de publicidade que deram o que falar. 19 mar 2013. <<http://br.financas.yahoo.com/noticias/marcas-que-j-cometeram-gafes-marketing-123300770--finance.html?page=5>> (Acesso em 19 mar 2013).
- GAZETA DO POVO. *Cobrador de ônibus passa mal em frente a hospital, mas é atendido por passageiros*. Rede Paranaense de Comunicação. 05 ago 2010. <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=1032609>> (Acesso em: 13 out 2010).
- JESUS, Aline. *Casal com 'mão boba' é flagrado pelo Google Street View*. Tech Tudo Notícias. Globo.com. <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/03/casal-com-mao-boba-e-flagrado-pelo-google-street-view.html>> (Acesso em : 13 mar 2013).
- LANNOY, Carlos de. *Clima no acampamento Esperanza, no Chile, é de alívio e solidariedade*. GLOBO.COM. <<http://g1.globo.com/bom-diabrasil/noticia/2010/10/clima-no-acampamento-esperanca-no-chile-e-de-alivio-esolidariedade.html>> (Acesso em: 13 out 2010)
- LUCAS, Luciane (org.) *Media Training – como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa*. São Paulo: Summus, 2007.
- MIX, Miguel Rojas. *El imaginario: civilizacion y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires (Argentina): Prometeo Libros, 2006.
- ROSA, Mário. *A síndrome de Aquiles*. São Paulo: Editora Gente, 2001.
- _____. *A reputação na velocidade do pensamento*. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

STREET VIEW: imagens registradas causam polêmicas. Disponível em: <<http://ajudadaweb.wordpress.com/2010/11/25/street-view--imagens-registradas-causam-polemicas/>>. (Acesso em: 11 jul 2011)

VIANA, Francisco. *Comunicação empresarial de A a Z: temas úteis para o cotidiano e o planejamento estratégico*. São Paulo: Editora CLA, 2004.

Notas

1. Uma reportagem com imagens feitas por um cinegrafista amador por meio de celular encontra-se disponível no endereço eletrônico: <http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=1032609> (acesso disponível em 11 de julho de 2011).

Embalagem de marcas próprias: elementos de semelhança e diferença na construção gráfica

Private labels packing: elements of similarity and difference in construction graphics

João Batista Freitas Cardoso | jbfcardoso@uol.com.br

Com Pós-Doutorado pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/ USP), possui doutorado e mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS). Atualmente é professor titular do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PPGCom/USCS) e professor nas universidades Mackenzie e Santa Cecília.

Thiago Bertoldo | thiago_bertoldo@yahoo.com.br

Designer e consultor de marketing, mestre em Comunicação pela USCS, especialista em Marketing pela UNAERP e graduado em Design pela Universidade São Judas Tadeu. Atualmente, é diretor da Oficina B! (escritório especializado em design) além de lecionar em instituições de ensino superior nas áreas de Publicidade, Design, Marketing e Administração.

Resumo

O texto propõe a discussão sobre como o design de embalagem contribui para construção da identidade de um produto no segmento de marca própria. Para isso, foi realizada uma análise comparativa entre embalagens de produtos da marca Qualitá e embalagens de marcas líderes, em que se verificou que as primeiras utilizam estratégias de semelhança e diferenciação para criar sua identidade

Palavras-Chave: Embalagem; Marca Própria; Composição Visual.

Abstract

The text proposes a discussion on how packaging design contributes to building the identity of a product in the private label segment. For this, we performed a comparative analysis of packaging products and packaging brand Qualitá leading brands, it was found that the first use of similarity and differentiation strategies to create its identity.

Keywords: *Packing; Private Labels; Visual Composition.*

Introdução

Vivemos em uma sociedade dinâmica, instável e em constante evolução. As causas da globalização afetam nossas vidas e praticamente todos os ramos de negócios enfrentam os efeitos competitivos globais. As inovações tecnológicas são rapidamente lançadas no mercado e empresas que não conseguem transmitir em seus produtos ou serviços diferenciais competitivos passam a brigar com seus concorrentes apenas na política de preço.

Diante desse cenário, as marcas vêm se revelando como o maior patrimônio das empresas, pois é através delas que as empresas passam valores a seu público. Adotar uma marca implica proteger um produto ou um serviço contra possíveis imitações, além de criar identidade e diferenciação no ponto de venda. Isso acaba também por estimular a recompra e permite o desenvolvimento de extensões de linhas de produtos.

As influências da marca, bem como suas possibilidades de atuação, dependem diretamente da estratégia administrativa e comercial adotada pela empresa, que controla e define as características mais adequadas para sua apresentação no mercado e para a venda do seu negócio. Assim, pela maneira como a estratégia é conduzida, a imagem da marca pode gerar atribuições que vão além das expectativas tanto do mercado, quanto dos consumidores. Isso dependerá, entretanto, de como a imagem da marca será assimilada pelo consumidor, bem como da abordagem utilizada pela concorrência na construção de sua imagem de marca.

Marcos Gouvêa de Souza e Artur Nemer (1993, p. 6) consideram como princípios básicos de atuação das marcas registradas: distinguir os produtos e serviços de uma empresa; indicar a fonte ou origem de produtos e serviços; representar o valor intrínseco da empresa proprietária da marca registrada; e servir como indicativo de qualidade de seus produtos e serviços.

Esses aspectos definem, de uma maneira ou de outra, a imagem das marcas. Essa imagem, para Marty Neumeier (2008, p. 15), está associada também a uma percepção íntima e a um sentimento que a pessoa pode ter em relação a um produto ou a um serviço. Ela é definida, então, por pessoas e não por empresas ou pelo mercado, pois são essas que criam a própria versão da marca.

Neumeier afirma que, quando um número satisfatório de pessoas atinge o mesmo sentimento em relação a uma marca, aí sim podemos dizer que a empresa realmente possui uma marca. Assim, surge o que comumente chamamos de valor de marca. O valor da marca, nesse sentido, está diretamente relacionado à qualidade percebida, que nada mais é do que um conhecimento, transformado em valor, que é relacionado ao produto. O conceito de qualidade, nesse caso, difere de uma satisfação ou atitude positiva percebida. Ele está relacionado a um sentimento geral sobre a marca, baseado em dimensões às quais a marca esteja conectada, como: características de produto, performance e confiança.

Há sérios problemas com a resposta kantiana à questão epistemológica que ele mesmo formulou: “o que posso saber?”. Mas não nos cabe aqui aprofundar a crítica sobre o modelo kantiano. Sua filosofia nos interessa na medida em que sua formulação determinou o modo como se discutiria epistemologia a partir de então.

Há um pressuposto em Kant que devemos abordar se quisermos compreender o papel importante da reflexão epistemológica na comunicação e, para tanto, precisamos recuperar a distinção cartesiana entre *res cogitans* e *res extensa* (dualismo) e, em seu desdobramento, as conclusões que Newton retira desta separação.

O conceito de *Brand Equity*, definido por David Aaker (2001, p. 16), se tornou uma constante temática na estrutura das organizações, pois é responsável por transformar os valores intangíveis das empresas em ativos. Como constituintes do valor da marca, Aaker aponta cinco categorias de ativos: lealdade à marca, conhecimento do nome, qualidade percebida, associações à marca em acréscimo à qualidade e outros ativos proprietários da marca como patentes e *trademarks*.

Observando algumas associações de marca existentes no mercado, pode-se afirmar que elas dependem direta e indiretamente da estratégia de posicionamento adotada pela empresa. Diretamente, no caso de a empresa definir e priorizar os elementos considerados chave, que serão responsáveis pela ligação com a imagem da marca, realizando esses objetivos através das ações de marketing e comunicação. Indiretamente, em função da maneira como a comunicação será compreendida pelo público e manifestada no comportamento de compra e fidelidade à marca. Elementos emocionais agregados ao posicionamento, por meio do *design*, publicidade ou eventos promocionais, agregam ao produto qualidades que vão além de suas características tangíveis.

Para Clotilde Perez (2004, p. 113), para agregar valor à marca é preciso não só cuidar da melhoria da qualidade dos produtos, mas também alterar a percepção do consumidor. Para isso, a empresa deve investir em aspectos inovatórios relacionados ao design. Nesse sentido, um novo design de embalagem pode significar uma mudança na imagem do produto, além de influenciar na solidez de uma marca. Através do design, podemos conferir personalidade a uma marca.

Entendendo que a imagem da marca está relacionada diretamente à identidade de seus produtos, o presente artigo objetiva discutir como o design de embalagem pode contribuir para construção da identidade de um produto no segmento de marca própria, fazendo com que esta se diferencie da concorrência. Para alcançar esse objetivo, foi realizada uma análise comparativa entre duas embalagens de produtos de diferentes segmentos da marca *Qualitá* – marca própria da Companhia Brasileira de Distribuição (CDB), detentora das marcas Pão de Açúcar, Extra, Compre Bem, Sendas, Assaí e Ponto Frio – e duas embalagens de marcas líderes nesses segmentos, onde se verificou que as embalagens de produtos de marca própria utilizam de estratégias de semelhança e diferenciação – no que se refere aos elementos visuais de composição do invólucro e do rótulo – em relação à concorrência para criar uma identidade própria.

Design e identidade

Para agregar valor ao produto é preciso não apenas cuidar da melhoria da qualidade, mas também alterar a percepção do consumidor (PEREZ, 2004, p. 113). Para isso, a empresa deve investir em aspectos

inovatórios relacionados ao *design*. Um novo *design* de embalagem pode significar uma mudança na imagem do produto, além de influenciar na solidez da marca. Através do *design* é possível conferir personalidade a uma marca própria, evitando que o consumidor a confunda com outras marcas que pertencem à mesma categoria.

Quando o *design* de uma marca é concebido, tanto os valores emocionais quanto os aspectos tangíveis devem ser considerados na composição da representação visual que irá defini-la. No que se refere aos valores emocionais, acredita-se que esses são os principais responsáveis por atribuir confiabilidade aos produtos. O *branding*, que pode ser considerado um procedimento de ações interdisciplinares que visa a consolidar a imagem da marca, é um dos principais elementos na criação de vínculos emocionais entre as marcas e seus consumidores.

Entre os procedimentos de *branding*, encontra-se a construção de uma identidade própria para a marca. Essa identidade, sob o ponto de vista da comunicação visual, é estabelecida em função da relação entre um conjunto sistematizado de diversos elementos gráficos – logotipo, símbolo gráfico, conjunto tipográfico, cores etc. – que irão formalizar a personalidade visual de uma empresa, instituição, produto ou serviço. É fundamental para o sucesso das marcas apresentarem identidades visuais consistentes, que propiciem seu efeito acumulativo (STRUNCK, 2003, p. 57).

Para Lynn B. Upshaw (1995, p.12-13), o conceito de identidade de marca é a impressão digital única que torna a marca diferenciada. Ela é o modo como a empresa demonstra sua personalidade estratégica, que torna mais humanos todos os elementos de execução tangíveis e intangíveis, bem como os aspectos físicos da marca, como seu nome e representação gráfica. É uma identificação própria, em que a marca tem características físicas e intangíveis que a tornam única, exclusiva e, *a priori*, distinta das demais existentes. No sistema de identidade proposto por Upshaw (1995, p. 24), um dos pontos que se relacionam com a “essência da marca” é o sistema gráfico. Esse sistema gráfico está relacionado ao processo de construção do *Trade Dress*.

Trade Dress e semelhança

A construção da identidade de uma marca passa, obrigatoriamente, pela definição de sua identidade visual. Sob esse ponto de vista, *Trade Dress* pode ser definido como uma forma de apresentação, composta principalmente por elementos visuais, que permite ao consumidor identificar a origem do produto ou serviço pela marca apontada.

Consiste num conjunto de características, que pode incluir, entre outras, uma cor ou esquema de cores, forma, embalagem, configuração do produto, sinais, frases, disposição, estilização e tamanho de letras, gráficos, desenhos, emblemas, brasões, texturas e enfeites ou ornamentos, capazes de identificar determinado produto ou diferenciá-lo dos demais (DANIEL, 2006, p. 1).

Contudo, ainda que o Trade Dress de um produto ou serviço seja uma forma de apresentação única e distintiva, é certo que algumas características que guardam relação com um produto ou serviço podem ser encontradas em todos os Trade Dresses de um determinado segmento de mercado e, por consequência, venham a ser consideradas como códigos de categoria. Para Rafael Cardoso, certas semelhanças podem ser consideradas características formais significativas:

Em se tratando de garrafas d'água, fica evidente a ligação conceitual entre a transparência da embalagem e a idéia de pureza. Por experiência associamos água límpida água limpa. Motivado por uma associação tão forte e essencial, era de se esperar que todas as garrafas d'água fossem transparentes (2012, p. 129).

Nesse caso, tais códigos não podem ser considerados exclusivos a uma marca do segmento. Os códigos de categoria têm maior abrangência e podem conter características que não tenham relação exclusiva com uma determinada marca como, por exemplo, o amarelo usado nos tubos de mostarda ou o vermelho usado nas caixas de molho de tomate. São justamente esses códigos que permitem ao consumidor diferenciar, em um mercado, a “gôndola de bebidas” da “gôndola de condimentos”. Partindo desse pressuposto, no desenvolvimento do projeto de embalagem, o designer deve compreender a categoria em que o produto compete, para evitar que o consumidor confunda seu produto com algo que ele não é, ou, ainda mais grave, que ele não seja considerado na hora da compra de um produto da categoria em que ele compete.

Ainda que se deva considerar a linguagem da categoria, que parte do princípio de que determinados códigos devem ser compartilhados, algumas empresas fazem uso da estratégia de semelhança no design da embalagem de seus produtos, reproduzindo apenas os principais elementos que compõem o *Trade Dress* de um concorrente. Esgueirando-se da evidente prática de falsificação dos signos distintivos de uma dada marca, essas empresas muitas vezes conseguem incrustar na mente do consumidor uma grande proximidade entre o conjunto imagem original, do corrente, e o conjunto imagem contrafeito. Para Lucas Bernardo Antoniazzi (2010, p. 10), a violação do *Trade Dress*:

Ocorre quando determinada apresentação visual é copiada por um terceiro que, reproduzindo ou imitando tal signo distintivo, visa a confundir o consumidor para que este consuma os seus serviços/produtos, em substituição dos serviços/produtos do titular do trade dress original. Com isso, ele consegue ingressar em determinado segmentado mercadológico, ou expandir a comercialização de seus produtos ou serviços.

Segundo Cardoso (2012, p. 127-128), é a partir da comparação entre as semelhanças plásticas que é aplicada a lei de propriedade intelectual relacionada ao campo do desenho industrial. No entanto, nem sempre a infração de *Trade Dress* irá se apresentar de forma tão óbvia como a cópia exata do *Trade Dress* original. A forma mais sutil para levar o consumidor ao erro é por meio da reprodução de

alguns dos principais elementos que compõem o conjunto imagem de determinado produto. Nesse caso, o *Trade Dress* imitado é suficientemente distinto do original para eliminar qualquer chance de ser considerado uma cópia exata.

Por meio da cópia das principais características que compõem o *Trade Dress* original, a marca demonstra ao público consumidor que o seu produto/serviço apresenta as mesmas qualidades, funções ou características e propriedades que o produto/serviço trazido pelo *Trade Dress* original. Assim, ao contrário da cópia do conjunto completo da imagem original, entende-se que a cópia apenas dos principais elementos visuais importaria em uma reprodução subjetiva, que pretende levar o consumidor a realizar associações indevidas entre os produtos/serviços em cotejo (ANTONIAZZI, 2010, p. 12).

No que se refere às práticas imitativas, segundo Gino Giacomini Filho (2011, p. 220), essas estão relacionadas diretamente a dois princípios básicos da gestalt: o da semelhança e o da proximidade. Ao se transportar tais princípios para o campo do design de embalagem, em particular, é possível observar que a semelhança pode envolver a imitação de um ou mais elementos gráficos (forma, imagem, cor, tipografia) ou o conjunto estético como um todo (padrão gráfico, identidade visual, associações de elementos). No caso das práticas imitativas, os elementos gráficos são tomados em conjunto pela similaridade e aproximação entre eles. Quando se aborda a imitação de peças publicitárias, geralmente as análises e decisões repousam não em cima de um único elemento estético, mas sobre um conjunto desses (GIACOMINI FILHO, 2011, p. 220). O mesmo acontece no campo das embalagens.

Marcas próprias e identidade

As marcas próprias são as únicas marcas pelas quais o varejo deve se responsabilizar pelo gerenciamento total, desde o desenvolvimento até a comercialização e promoção (DHARE; HOCH, *apud* UNTERLEIDER; DAMACENA 2006, p. 65). Nesse sentido, apresentam-se como um produto exclusivo do canal. O signo de marcas próprias serve para fidelizar e difundir a imagem da loja, enfatizando seu potencial comunicativo e atuando, assim, como ferramenta de comunicação no próprio ponto de venda (MOREIRA, 2010, p. 23).

Sob o ponto de vista mercadológico, Clotilde Perez (2004, p. 18) destaca algumas estratégias básicas de utilização da marca: *Marcas guarda-chuva* - geralmente empregada por empresas que atuam em mais de um segmento de mercado; *Marcas individuais* - com identidade própria para cada produto; *Marcas mistas* - objetivam personalizar um produto sem abandonar aspectos positivos, especialmente os de credibilidade e confiança, da imagem da sua marca guarda-chuva ou marca mãe; *Extensão de marcas* - aplicando a estratégia de extensão, a empresa pretende criar uma

transferência de valores da marca de um produto para outros que lançar, de características diferentes, ampliando a custo baixo, às opções de oferta no mercado, aproveitados da imagem da “marca-mãe”.

Relacionando-se as definições propostas por Perez às marcas próprias, e considerando, a *grosso modo*, que marcas próprias são marcas sob licenciamento exclusivo de uma empresa varejista que atua em mais de um segmento de mercado, com produtos de diferentes linhas que compartilham o mesmo nome e atributos de imagem, pode-se afirmar que toda marca própria pode ser considerada uma marca “guarda-chuva”.

Apesar dos produtos de marca própria, a princípio, terem seu reconhecimento apenas como uma alternativa a custo baixo perante as marcas líderes, os produtos que compõem esse tipo de categoria podem se diferenciar dos concorrentes em uma série de aspectos. Ao perceberem que os consumidores se tornaram mais exigentes, atribuindo valores aos produtos que têm um melhor *design* (MESTRINER, 2002, p. 29), as redes varejistas passaram a investir mais nesses aspectos, estabelecendo relações de semelhança com as marcas líderes, para que seus produtos apropriem-se de determinadas qualidades das imagens dessas, e relações de contrastes com esses concorrentes, para que o portfólio de produtos da marca colabore na construção de uma identidade própria para a marca.

Nesse processo de construção da marca, relações de semelhanças e contrastes são estabelecidas entre os elementos visuais gráficos impressos – figuras, tipografia, cores, texturas e composição – e os elementos visuais de composição do invólucro – material, forma e direção.

Na análise comparativa realizada entre produtos da marca *Qualitá* e seus concorrentes – no segmento de batatas e cremes de leite – foram observados tantos os elementos gráficos impressos como os elementos de composição do invólucro. A escolha da marca *Qualitá* como objeto de análise se deu pelo fato de esta pertencer a CDB, maior rede supermercadista brasileira segundo o ranking supermercadista da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS, 2011), e conter ainda a maior variedade de produtos e assumir o posicionamento de marca de combate, para “brigar” por preço com as marcas líderes de cada categoria. A opção pela análise das embalagens de creme de leite e DE batata se deu em função da variedade de elementos gráficos utilizados no *design* dessas embalagens, o que permite fazer uma análise comparativa mais completa.

Creme de leite *Qualitá* e *Nestlé*: predomínio das semelhanças

Observando o segmento de cremes de leite, percebe-se que tanto o produto da *Qualitá* quanto o da *Nestlé*, líder no segmento, utilizam o mesmo formato e tipo de material na embalagem e no rótulo. Para Mestriner, “novos materiais, processos de rotulagem, sistemas de abertura, de dosagem, de exposição, são diferenciais de impacto ao consumidor” (2002, p. 23). Contudo, o aproveitamento do mesmo tipo de embalagem, nesse caso, está associado diretamente à questão do custo de produção. Utilizar a mesma embalagem reduz o custo no processo de envase, transporte e armazenamento do produto.



Fig. 1: Latas de creme de leite Qualitá e Nestlé. Fonte: arquivo pessoal.

Analisando o fundo do rótulo, percebe-se que predominam nas duas embalagens as cores branca e azul. A princípio, essas cores apresentam-se como convenção da categoria. Ou seja, os cremes de leite de outras marcas também fazem uso das mesmas cores. Isso porque o branco estabelece uma relação de semelhança com a cor do próprio produto, o creme, e o azul é uma convenção nos segmentos de produtos lácteos. Nos termos de Charles S. Peirce (2003), o reconhecimento da semelhança entre dois elementos se dá em função do caráter icônico do signo, já a compreensão de uma convenção se deve à natureza do legi-signo, signo esse que se apresenta como uma lei.

Ainda que, sob a ótica da semiótica peirciana, se considere o aspecto icônico da cor branca, a própria combinação de cores apresenta-se também como um legi-signo, uma convenção nesse segmento de produto. Em outros termos, uma convenção seguida pelos designers no momento na definição de cores do fundo que visa a levar o consumidor ao reconhecimento do tipo de produto.

Contudo, ainda que as semelhanças entre as duas embalagens sejam maiores, os fundos se diferenciam na maneira como as cores são delimitadas. Na embalagem da *Nestlé*, há a presença de uma clara divisão das cores e a presença da cor dourada, já na *Qualitá* os limites são imprecisos, em virtude da fusão entre as duas cores. A cor dourada na *Nestlé*, em particular, sugere glamour e fama como qualidades percebidas (BASTOS, FARINA, PEREZ, 2006, p. 107), além de dar ao produto a chancela de uma marca de forte presença no mercado.

As linhas curvas e formas orgânicas – nos boxes, *splashes*, fontes e formas figurativas – também se apresentam como elementos de semelhança entre as embalagens. Essas formas impregnam a embalagem de movimento e delicadeza, atribuindo ao produto qualidades de cremosidade e leveza, que são fundamentais nesse tipo de produto.

Com relação aos aspectos figurativos, ambas as embalagens apresentam representações de frutas em contato com o produto – na embalagem da *Qualitá* a representação de morangos e na da *Nestlé* frutas do grupo conhecido como “frutas vermelhas”. Esse tipo de representação também se apresenta como uma linguagem da categoria, como legi-signo. Tal signo tem os seguintes objetivos: apresentar o produto que está na embalagem, apresentar a forma de consumo do produto e gerar desejo.

Nos dois primeiros casos, a convenção tem, nos termos de Peirce, um caráter indicativo, que objetiva principalmente levar ao reconhecimento. O consumidor deve saber o que é e para que serve o produto. Já no terceiro, a convenção serve para estimular o desejo, trabalha com as sensações. Esse aspecto qualitativo do signo em muito se deve aos seguintes elementos: cores, formas, movimento e textura das representações visuais. É justamente o uso desses elementos básicos na composição que torna a representação do produto “gostosa”, que evidencia o *appetite appeal*. Segundo Mestriner, “o conceito de *appetite appeal* é um marco na construção da linguagem da embalagem, pois estabelece intencionalmente uma reação provocada no desejo do consumidor” (2002, p. 16).

Com isso, se conclui que apesar de algumas diferenças pontuais entre as embalagens, devido aos traços de semelhança, elas são muito parecidas. Isso é percebido pelas cores, pela forma que o fundo da embalagem se divide, pela sugestão de consumo que elas apresentam e pelas imagens que elas trazem, evidenciando o *appetite appeal*. Dessa forma, essa configuração se torna comum aos olhos dos consumidores e permite que possamos entender que os valores trazidos em uma embalagem são muito similares na outra.

Batatas Qualitá e Ruffles: predomínio do contraste

Quando observamos as embalagens no segmento de batatas fritas, as diferenças se tornam mais proeminentes. Ainda que tanto o produto da Qualitá quanto o da Ruffles utilizem embalagens com o mesmo formato, desenvolvidas com o mesmo material, ao analisar os fundos impressos em ambas facilmente se percebem as diferenças. Enquanto na Qualitá o alumínio é importante para manutenção da identidade, na Ruffles predomina o azul.



Fig. 2 – Batata ondulada Qualitá (dir.) e batata Ruffles (esq.). Fonte: arquivo pessoal.

Ao contrário das diferenças observadas em relação às cores dos fundos das duas embalagens, as linhas curvas e formas orgânicas apresentam-se como elementos de semelhança entre as embalagens. Em ambas há o predomínio de formas redondas e circulares, além dos grafismos de ambas também assumirem movimentos curvos e circulares, dando a impressão, em um primeiro contato, que há uma interação entre eles.

Com relação aos aspectos figurativos, as duas embalagens apresentam representações do produto em si. No caso da Ruffles, no entanto, as imagens das batatas se apresentam com feições humanizadas. Elas aparecem praticando esportes como surfe, mergulho ou até mesmo tomando sol. Assim, acabam propondo um convite ao observador para que ele interaja, sugerindo a eles que pratiquem as atividades sugeridas pelas figuras. Além disso, essas imagens se tornam a identidade promocional do produto, que tem como finalidade a aproximação com o consumidor (MESTRINER, 2002, p.95).

Na embalagem das batatas Ruffles, o efeito do *appetite appeal*, citado na análise do creme de leite, não fica tão evidente, já que o produto humanizado faz com que as qualidades relacionadas ao paladar não sejam tão exploradas. As figuras das batatas, nesse caso, representam a imagem do produto associada ao perfil de seu público. Na Qualitá, ao contrário, a textura, dimensão e movimento em direção ao observador valorizam suas qualidades palatáveis.

Ainda que se observem esses aspectos distintos, ambas as imagens presentes nas embalagens são ricas em termos singulares-indicativos, ao demonstrarem o produto que está na embalagem, e apresentam-se também como linguagem da categoria. Temos, assim, uma convenção que tem um caráter indicativo com o objetivo de levar ao reconhecimento. O consumidor deve saber qual é o tipo de produto no interior das embalagens.

Ao realizar essa análise, o que se pode perceber é que tudo indica que a estratégia adotada pela Qualitá é a de criar uma linguagem própria para sua categoria de produtos no segmento de batatas, reforçando assim o reconhecimento do produto e por consequência, da marca.

Considerações finais

Quando levamos em conta o composto do *Trade Dress* para a criação de uma identidade marcária, entendemos que esse conjunto imagem serve para conferir ao produto uma identidade, isto é, traz ao produto uma personalidade que se reflete diretamente no seu reconhecimento e geração de valor pelo consumidor. É através dele que o observador consegue reconhecer um determinado produto e diferenciá-lo dos concorrentes.

Para promover os lançamentos, ao contrário das grandes marcas com as quais competem, os produtos de marca própria não contam com publicidade e precisam investir em ações estratégicas de ponto de venda e gôndolas através de suas embalagens (MESTRINER, 2002, p. 43). Várias estratégias de posicionamento relacionadas às marcas próprias aparecem a todo o momento para diferenciá-las das concorrentes e buscarem valor.

Uma das estratégias que merece destaque é o posicionamento fantasia. Essa estratégia visa a trazer ao consumidor um conceito de inovação e confere às marcas próprias um valor agregado que motiva os consumidores a adquirir esses produtos, que na sua visão, têm mais qualidade, gerando assim um valor maior de vendas e lucros. Com o passar do tempo, algumas marcas próprias, objetivando alcançar posições mercadológicas, assim como as marcas líderes, começaram a utilizar

elementos presentes nas marcas líderes para gerar identidade junto aos consumidores. Isto é, dentro do seu *Trade Dress*, alguns elementos gráficos presentes nas marcas líderes começam a aparecer nas marcas próprias.

Nas análises apresentadas, verificamos que tanto a estratégia de semelhança quanto a estratégia de diferenciação são utilizadas pelas marcas próprias. No caso da embalagem de creme de leite, verificou-se no produto da *Qualitá* a presença de elementos visuais semelhantes aos utilizados no produto da marca líder, *Nestlé*. Essas semelhanças permitem afirmar que os valores explorados pela marca líder acabam sendo apropriados pela marca própria. Na análise das batatas fritas, ao contrário, a estratégia adotada pela marca própria é se diferenciar da estratégia adotada pela marca líder, *Ruffles*, o que faz com que a primeira construa uma identidade própria.

Ao observarmos os aspectos de semelhança entre os produtos de uma mesma linha da marca *Qualitá*, percebemos que a estratégia de construção de uma identidade própria se fortalece. Tanto no segmento de batatas (Figura 3) quanto no segmento de biscoitos (Figura 4), a estratégia adotada pela marca *Qualitá* é a de criação de uma identidade para cada categoria de produtos. Forma e material dos invólucros, tipografias, cores, figuras e composição mantêm uma unidade visual. A estratégia também é utilizada pelas marcas líderes.



Fig. 3 – Batatas variadas Qualitá. Fonte: arquivo pessoal.



Fig. 4 – Biscoitos variados Qualitá. Fonte: arquivo pessoal.

Ainda que se perceba que as marcas próprias investem em design para obter diferenciação frente aos seus concorrentes, elas também fazem uso de elementos presentes em marcas de grande representatividade no mercado ou de

algum tipo de estratégia adotada por essas. Assim, fica evidente que a marca própria, por mais que tenha a força da marca mãe, necessita se escorar em marcas de maior representatividade mercadológica para obter a atenção do consumidor. Deve, como as outras marcas, seguir a linguagem da categoria.

Referências Bibliográficas

ABMAPRO. Disponível em: <http://www.abmapro.org.br/page/marca-propria_panorama.asp>. Acesso em 28 abr. 2011.

AAKER, David A. *Marcas – brand equity: gerenciando o valor da marca*. 2ª ed. São Paulo: Negócio, 2001.

ANTONIAZZI, Lucas Bernardo. *Trade Dress e concorrência desleal: o sistema legal de vedação à concorrência é suficiente para garantir a proteção desse instituto? Algumas observações e sugestões*. Coordenação central de extensão – programa pós graduação. PUC Rio. Rio de Janeiro, 2010.

BASTOS, Dorinho, FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 5ª ed. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.

CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

DANIEL, Denis Allan. *Litígio envolvendo conjunto-imagem (Trade Dress) no Brasil: a área nebulosa de proteção da propriedade intelectual*. Disponível em: http://www.daniel.adv.br/port/articlesPublications/denisDaniel/TRADE_DRESS.pdf; 2006.

GIACOMINI FILHO, Gino. *Tipologias de imitação estética na propaganda*. Matrizes, vol. 4, n.2, 2011.

MESTRINER, Fábio. *Design de Embalagem – Curso Avançado*. São Paulo: Makron Books, 2002.

MOREIRA, Rogério Bandeira de Melo. *Construção das marcas próprias Taeg, Qualitá e Dia a partir do estudo dos contratos de comunicação*. 115 fls., Dissertação. Programa de Mestrado em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (COS/PUC-SP), 2010.

NEUMEIER, Marty. *The Brand Gap: O Abismo da Marca*. 2ª Ed. Rio Grande do Sul: Bookman, 2008.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PEREZ, Clotilde. *Signos da Marca*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SOUZA, Marcos Gouvêa de e NEMER Artur. *Marca & Distribuição – Desenvolvendo dominação estratégica e vantagem competitiva no mercado global*. São Paulo: Makron Books, 1993.

STRUNCK, Gilberto. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. São Paulo: Rio Books, 2003.

UNTERLEIDER, Jorge Antônio Apollo; DAMACENA, Claudio. *Estratégias de desenvolvimento de marcas próprias por supermercados no Brasil*. Revista de administração Mackenzie, Vol. 7, n.3, 2006.

UPSHAW, Lynn B. *Build Brand Identity – A Strategy for success in a hostile marketplace*. Wiley & Sons, Inc., 1995.