

Constituição do Campo da Comunicação

Constitution of the Communication Field

José Luiz Braga

Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93022-000, São Leopoldo, RS, Brasil
jbraga@unisinos.br

Resumo. O artigo procura explicitar pontos principais para uma caracterização do campo de estudos em Comunicação – sua possível constituição como disciplina do conhecimento; a questão da interdisciplinaridade; perspectivas referentes aos objetos de estudo, dando ênfase ao ângulo “interação social” e ao tema “mídia”; o problema do compartilhamento do estudo sobre os fenômenos comunicacionais com as demais ciências humanas e sociais; a questão da constituição interna do campo, como explicitação de sua diversidade; e as relações entre o fenômeno e os contextos socioculturais. Cada um desses aspectos é abordado em dois momentos – conforme percebidos na primeira publicação do artigo, em 2001; e em anotações atuais, que procuram explicitar reflexões complementares ocorridas nos dez anos de intervalo.

Palavras-chave: Campo da Comunicação, epistemologia, sociologia do conhecimento.

Abstract. The article seeks to clarify key points to characterize the field of communication studies – its possible formation as a discipline of knowledge, the question of interdisciplinarity; perspectives related to the objects of study, emphasizing the angle of “social interaction” and the theme of “media”; the problem of sharing the study of communication phenomena with other humanities and social sciences, the question of the constitution of the field, in its internal diversity, and the relationship between the phenomenon and sociocultural contexts. Each of these aspects is addressed in two stages – as perceived in the first article appeared, in 2001, and notes included now, seeking to clarify further perceptions occurring in the period.

Key words: Field of Communication, epistemology, sociology of knowledge.

Situando

No início de 2011, a revista *Verso e Reverso* me consultou sobre o interesse em republicar este artigo, para possibilitar sua presença *online* no periódico – uma vez que a publicação inicial é do tempo em que a revista saía apenas em papel.

Fiquei naturalmente satisfeito com a possibilidade. Lembrando os dez anos passados da primeira publicação, pensei rever a formulação para ajustes e atualizações. Percebi, porém, que tal revisão pediria uma elaboração muito modificada. Como ainda mantenho o essencial das perspectivas então expostas, uma alternativa me pareceu mais completa. O artigo conserva a formulação original, acrescentando-se após cada item anotações atuais em complemento ou revisão.

Preliminares

À expressão “*construção*” do Campo da Comunicação, prefiro o termo “*constituição*” do campo, porque neste compõem dois sentidos complementares relevantes para o nosso tema: o constituir-se enquanto processo de elaboração do campo – a construção propriamente dita; e a organização interna da coisa, que assim a constitui.

Preliminarmente creio ser relevante adotar-se a posição decidida de que é ocioso debater sobre o estatuto acadêmico do Campo da Comunicação – se de ciência, arte, disciplina, ou apenas um gênero de literatura. O que parece importar é a constatação inarredável, na presente situação histórico-social, da objetivação de um espaço de estudos, reflexões e pesquisa percebidos largamente como relevantes, espaço este que, ao ser nomeado pelo termo “Comunicação” ou pela expressão “Comunicação Social”, encontra forte consenso quanto ao de que se está falando – ainda que o contorno e a organização interna desse espaço estejam longe de ser consensuais.

A denominação confortável a que chegamos atualmente para nos referirmos a este espaço – Campo da Comunicação – tem servido adequadamente a todos os nossos propósitos práticos de designação.

Não há dúvida também de que este espaço de preocupações encontra lugar adequado (e diferenciado, embora evidentemente não estanque) no conjunto de estudos que compõem a vasta abrangência das preocupações com o desenvolvimento de conhecimento sobre o Ho-

mem e sua Sociedade (como a História, a Sociologia, a Literatura, a Educação, as Artes, a Antropologia, os estudos da Linguagem, a Ciência Política, a Literatura, a Psicologia, etc.).

Também de modo preliminar, queremos adotar a posição expressa de recusar uma *explicação* do Campo da Comunicação situando-o como um “campo interdisciplinar”.

O conceito de interdisciplinaridade pode significar duas coisas: a primeira corresponde à percepção de que um campo de estudos hoje se vê inevitavelmente atravessado por dados, conhecimentos, problemas e abordagens concebidos e desenvolvidos em outras disciplinas e/ou tecnologias. Nesse caso, todos os campos de conhecimento são “interdisciplinares”, ou seja, não têm existência isolada, estanque. Assim a Física com relação à Matemática ou à Química, por exemplo; a Biologia com relação à Química e a Física; ambas com relação à Engenharia; etc.

Um segundo sentido é o da referência a um espaço nítido de interface, em que um determinado âmbito de conhecimentos se faz na confluência de duas ou mais disciplinas estabelecidas – por exemplo, a Psicossociologia, a Sociologia Jurídica, a Bioquímica.

No primeiro sentido, a denominação enfática para a Comunicação como campo interdisciplinar é óbvia e redundante, logo ociosa. No segundo caso, seria preciso estudar o conjunto específico de disciplinas, com seus fornecimentos e preocupações específicas que estariam compondo a interface interdisciplinar; e sobretudo as vinculações e encadeamentos que fazem interagir estes fornecimentos – o que nos parece bastante difícil de se capturar *enquanto características constituintes básicas do Campo da Comunicação*.

Entretanto, parece-nos que é em um terceiro sentido (vago e pouco refletido) que a expressão é freqüentemente usada em sua “*explicação*” do que seja o Campo da Comunicação. É como se este fosse uma espécie de terreno vazio, sem outra existência senão pelo fato de que todas as disciplinas humanas e sociais tivessem alguma coisa a dizer sobre o tema. E como o tema aparece nelas todas, seria possível às vezes se encontrar para trocar seus pontos de vista específicos. De certa forma é o que diz a metáfora de Wilbur Schramm – a Comunicação é uma encruzilhada pela qual muitos passam e poucos permanecem.

Além do absurdo lógico de que o espaço de encontro é o vácuo, o que não fica explicado nessa perspectiva é por que, de repente, há um

tema que se torna de interesse tão generalizado e com tal acuidade que não consegue mais efetivamente caber nos espaços de cada campo particular ou de algumas interfaces bem construídas. Note-se que outros temas ocupam igualmente o interesse de várias disciplinas – por exemplo – a violência, o trabalho, o sexo, o discurso, a tomada de decisões. Em várias disciplinas, esses temas surgem e simplesmente se encaixam na ordem de preocupações dominantes de cada campo, aí bem integradas. Ou seja, ainda que transversais a vários campos, estes diversos temas são facilmente subsumidos ao ângulo de interesse de cada disciplina. No diálogo entre uma disciplina e outra, são essas angulações específicas que são cotejadas para ampliar o enfoque.

Anotações atuais

(a) *Disciplina ou Campo*

Talvez estejamos, hoje, mais próximos de uma “disciplina do conhecimento”. Por outro lado, não se trataria de uma disciplina “como as outras” – que embora já não sejam caracterizadas por um critério positivista, têm uma história de criação em termos de “objeto & método”. No comentário do item **Compartilhamentos práticos** assinalaremos o que seria, em nossa perspectiva, um critério razoável para caracterizar “disciplinas” em termos atuais, entre elas, a possibilidade da Comunicação.

De todo modo, a questão já não se põe como há dez anos. Podemos assumir uma “disciplina” em processo de constituição – sem para isso pretender ou exigir um delineamento teórico abrangente ou positivista. Nenhuma das Ciências Humanas e Sociais que se constituíram em tais termos (objeto teorizado mais método) podem hoje se afirmar unificadas *sob esse critério*.

O que distingue uma disciplina de conhecimento social, hoje, é sobretudo uma tradição constitutiva de um ângulo especial para olhar a sociedade. Esse ângulo não é rigidamente unificado, mas sim comporta variedades, preferências diversas. Todas as CHS apresentam espaços indefinidos, transições entre sua caracterização como “disciplina” e interfaces, reflexão praxiológica e perspectivas de ordem prática. O campo acadêmico, em geral, é atravessado por essas diferentes transições.

Por outro lado, o desafio da consolidação se põe também para os que defendem a invalidez de uma configuração disciplinar. A

adoção do valor da diversidade se compõe adequadamente com o interesse em desafios e tensionamentos mútuos entre diferentes ângulos de investigação. Assim, a questão deixa de ser uma alternativa “sim/não” para o conceito de “disciplina”, passando a se caracterizar como uma necessidade de desenvolvimento dos conhecimentos produzidos – a partir de qualquer preferência “classificatória”. Ver, sobre essa questão Braga (2010b).

(b) *Interdisciplinarismo*

A questão do “interdisciplinarismo” arrefeceu bastante, na década. A questão que se coloca hoje é justamente a de perceber as articulações entre o campo da Comunicação e outras áreas – o que se espera de cada lado da interface.

No artigo de 2001, recusávamos um aspecto específico da pretensão de “interdisciplinaridade” do campo – que era justamente o uso dessa perspectiva para “explicar” o que seriam esses estudos e para justificar sua dispersão. Essa explicação era, na verdade, mais que a defesa de uma visão frouxa dos estudos, dispensando-os do cotejo entre diferentes visadas. Não tenho percebido, nos últimos anos, nenhuma proposição nesse sentido. E hoje já não se aceita que “qualquer coisa” possa ser alegada como um estudo de comunicação.

Afastada essa perspectiva frouxa, podemos nos dedicar, com muito mais seriedade, a uma questão duplamente interessante, que é o trabalho de interfaces. Este corresponde a um verdadeiro e efetivo trabalho de interdisciplinaridade – desde que se leve a sério a busca dos enfoques comunicacionais.

Temos aí um âmbito relevante de estudos com potencialidade para produzir avanços do conhecimento sobre fenômenos comunicacionais. Temos também um espaço de desafios especiais para nossa área, pois o “outro lado da interface” – uma área de conhecimento mais estabelecida – fornece teorias e perspectivas necessárias, mas arrisca também *absorver* a atenção do pesquisador, por suas teorias e objetos mais tradicionalmente delineados.

Muitas pesquisas da área ocorrem nessas interfaces – Comunicação e Política, Comunicação e Educação, Comunicação e Cultura; Comunicação e diversas questões sociológicas, linguísticas, antropológicas, etc. Em todas estas áreas de pesquisa, uma questão se põe como fundamental para assegurar possibilidades de avanço de conhecimento em Comunicação e de

contribuição comunicacional para as CHS: *o que há de comunicacional nessa interface?* Quanto a esse aspecto, ver Wilson Gomes (2004).

Com base nessa pergunta, consideramos que os estudos de interfaces podem ser, em vez de um espaço de dispersão (com tendia a acontecer até os anos 90) um espaço de trabalho construtivo do conhecimento comunicacional (Braga, 2004).

A questão do objeto

Depois daquelas preliminares, o primeiro problema que assombra o pesquisador em Comunicação, preocupado em perceber a área em que trabalha – para se situar com alguma identidade acadêmica – é a de caracterizar, afinal, qual é o objeto de conhecimento que a define.

Duas primeiras alternativas ou tendências parecem se apresentar aqui. Ou a Comunicação surge como uma questão tão ampla, tão difusa, tão presente em todas as atividades humanas – que o objeto é de certo modo inapreensível, e conclui-se que “tudo é comunicação” – a política, a educação, a literatura, as artes, e uma lista infinda em que se pretendesse abarcar a ação humana e social. O holismo desta perspectiva parece crescentemente se confirmar pela presença recorrente da questão comunicacional nas mais diversas áreas de conhecimento e das práticas humanas.

Esta postura, talvez válida em um ângulo filosófico, não deixa entretanto margem para uma pesquisa que se pretenda identificável. A comunicação, espalhando-se como objeto por todas as áreas, estando em todas as pautas, não está em nenhum lugar.

A existência concreta e histórica de grupos e instituições que se dão como voltadas especialmente para o estudo da comunicação, não permite adotar como identificação esta perspectiva holista. A tendência inversa, então se coloca: a de escolher, de selecionar ângulos e objetos específicos identificadores da área.

Esta segunda opção costuma esbarrar em alguns problemas, entretanto. Um deles corresponde ao fato de que tentativas deste tipo facilmente caem em um reducionismo “lógico”. Tenta-se identificar o núcleo do campo com *nossas* preferências pessoais ou grupais de enfoque, banindo outras perspectivas à periferia ou ao espaço externo ao campo. Como nenhuma dessas tentativas “setorializantes” obteve até o momento o menor sucesso de consensualidade, cada uma delas permanece sendo o que é: apenas uma preferência e, cor-

relatamente, a expressão de subárea ou de setor possível de pesquisa. Até porque qualquer tentativa desse tipo de redução encontra imediata resistência das áreas excluídas ou marginalizadas – e eventualmente tentativas opostas e simétricas de exclusão.

Outro problema parece ser o de evitar sobreposições com outras áreas de estudos mais tradicionalmente estabelecidas. Desde que se se afasta de uma posição holista em direção a uma preferência mais “especializada”, este ângulo especializado do objeto parece ser já espaço de observação de outra área, a linguística, a sociologia, a política, a economia, etc.

Entretanto, as duas tendências acima são apenas casos extremos. Identificamos duas outras possibilidades, menos radicais em suas decisões de abrangência, e que ajudam a organizar nossa reflexão.

Uma delas é a proposta de que o objeto da Comunicação é toda e qualquer “conversação” do espaço social. Ou melhor: o que há de propriamente “conversacional” e de troca (simbólica e de práticas interativas) nas diversas instâncias e situações da vida social. Em contraposição a esta visão da comunicação generalizada (mas ainda com ênfase nos processos comunicacionais – de trocas simbólicas e práticas, portanto) uma preferência mais circunscrita, enfocando apenas o que ocorre nos “meios de comunicação social” (MCS ou mídia).

Já não estamos mais, aqui, nos extremos das duas alternativas iniciais – não parece haver holismo nem reducionismo, mas efetivamente tentativas de recorte, com diferentes graus de abrangência. Cada uma destas duas possibilidades apresenta vantagens e problemas.

A definição da área pelos meios oferece o risco de segmentação do objeto em questões tecnológicas, ou jurídico-políticas, ou expressivo-interpretativas, ou outras. De fato, conforme o pesquisador venha de uma outra área humana e social mais constituída, tende a escolher apenas um destes ângulos, mais avizinhante com seus saberes e processos.

Mesmo quando reunimos múltiplos ângulos pelos quais os MCS se manifestam, fica uma certa sensação de que outros processos sociais, que não comparecem em relação de contiguidade imediata com a mídia, estariam nos escapando à observação e portanto ao trabalho do conhecimento.

Consideradas estas limitações, preferimos, no presente artigo, examinar mais detidamente as possibilidades e dificuldades de adoção da perspectiva contraposta.

Anotações atuais

Creio que a questão do objeto passou a ser considerada menos crucial – pelo menos nos termos em que nos parecia posta no final dos anos 90 e início dos 2000. Uma confusão frequente, então – possivelmente em decorrência da cobrança (embora formalmente recusada) de “objeto e método” como critério disciplinar – levava a pensar em “temas” mais que em “problemas comunicacionais”, como se aqueles deveriam ser caracterizadores.

Ora, em uma disciplina constituída, como por exemplo a Sociologia, é possível pensar em sub-áreas *temáticas* de especialização, sem que isso atrapalhe a percepção de critérios de conhecimento – sociologia do trabalho, sociologia da comunicação (significando “das mídias”). Não é o tema que assegura pertinência, mas a visada sociológica posta sobre este.

Não cabe, porém, pensar um campo de estudos coerente apenas em termos temáticos. E se essa coerência não for procurada, como justificar a presença de uma formação pós-graduada com esse enfoque, no país?

Minha contraposição, no artigo, entre “mídia” e “interações”, faz ambas parecerem objetos temáticos – visada a ser, portanto, superada. Como me parece claro, hoje, que o objeto da Comunicação não pode ser apreendido enquanto “coisas” nem “temas”, mas sim como um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional – nosso esforço é o de perceber *processos sociais em geral* pela ótica que neles busca a distinção do fenômeno. Que se busque capturar tais processos e suas características nas mídias, na atualidade, nos signos, em episódios interacionais – não faz tanta diferença. O relevante é que nossas conjeturas sejam postas a teste por sua capacidade para desvelar e explicitar os processos que, de um modo ou de outro, resultem em distinção crescentemente clara sobre o que se pretenda caracterizar como “fenômeno comunicacional” relacionado aos temas e questões de nossa preferência.

Ângulo “interação social/comunicacional”

Francisco Rüdiger, preferindo a perspectiva abrangente que estamos aqui examinando, refere o objeto de uma teoria da Comunicação como sendo a “conversação” da sociedade. Citando Gabriel Tarde, desenvolve a proposição de que a conversação constitui “uma espécie de

mediação cotidiana do conjunto das relações sociais, da difusão das idéias e da formação das condutas que têm lugar na sociedade” (Rüdiger, 1998, p. 16). É uma excelente síntese do que constituiria, em essência, o nosso objeto.

O termo “conversação” tem a vantagem de não se confundir com qualquer outro tipo de interação social. A expressão “conversar” chama a atenção imediatamente para o aspecto de troca *comunicacional* (ainda que o objeto de uma “conversa” possa ser de diversas naturezas – econômica, política, militar, científica, ou sensual). Os modos e objetivos específicos são deixados em segundo plano, e a palavra enfatiza a troca e o fato de que essa troca é uma comunicação. Poderíamos assim dizer que o objetivo e o objeto do Campo de Estudos em Comunicação, de modo quase tautológico, é observar como a sociedade conversa com a sociedade.

Por outro lado, aceitando o conceito, faremos uma ressalva no que se refere à escolha da palavra para dizê-lo. As expressões “conversação” e “conversa” tomam como metáfora e ampliam para o espaço social amplo o que ocorre entre pessoas em situação presencial. Isso traz problemas – porque estimula uma perspectiva determinada por um modelo dialógico-simétrico-alternado-recíproco de comunicação – modelo que não se justifica em instâncias mais complexas e diversificadas. Preferimos então utilizar a expressão “interação social” (ou, quando necessária maior explicitação, “interação comunicacional”), ou ainda simplesmente “interação” – abrangendo, mas não se restringindo àquelas trocas do modelo alternado-recíproco.

Uma maneira (intuitiva e não “definidora”) de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata aí dos processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se vêem engajados (por exemplo, de área política, educacional, econômica, criativa, ou estética) e toda e qualquer atuação que solicita co-participação. Mas também o que decorre do esforço humano de enfrentar as injunções do mundo e de desenvolver aquelas atuações para seus objetivos – o próprio “estar em contato”, quer seja solidário quer conflitivo – e provavelmente com dosagens variadas de ambos; por coordenação de esforços ou por competição ou dominação.

Esta perspectiva pode ser efetivamente útil para dar foco ao objeto de nossa preocupação e especificidade com relação às demais disciplinas humanas e sociais. Esta especificidade não

significa entretanto que as interações sociais (comunicacionais) não seriam tematizadas nas demais disciplinas – na verdade, desde o início do século XX, percebe-se em todos os campos do conhecimento humano e social uma crescente conscientização de que seus processos comunicacionais devem ser estudados.

A diferença parece ser que em todas as demais áreas observa-se a comunicação enquanto processo que faz funcionar alguma outra atividade ou instância de interesse social-humano – a literatura, a linguagem, a política, as trocas econômicas, etc. No campo específico da Comunicação, inversamente, os diferentes objetivos e objetos do humano e do social é que seriam percebidos pelo ângulo prioritário da comunicação que os organiza e que deles decorre.

Assim, nas demais áreas de conhecimento, ou a comunicação é observada sem ser problematizada; ou então é problematizada em função dos interesses específicos da área. No Campo da Comunicação, todo e qualquer fato humano seria problematizável *no ângulo comunicacional*.

O que significa objetivar, destacar e problematizar a dimensão comunicativa dos diversos procedimentos humanos – na política, na educação, na produção científica, na criação artística, no intercâmbio cultural? Não se trata apenas de perceber que as pessoas se engajam nestas atividades e processos “conversando”, “se comunicando”. Tratar-se-ia, antes, de procurar perceber *o quê* – nestes processos especificados por seus modos e objetivos sociais – é entretanto inerente não a estas especificações, mas resultante de (ou referente a) processos mais amplos de trocas simbólicas e de interações que sobre-determinam o que aí se faz. Ou, em corolário, procurar perceber como tais ações específicas outras sobredeterminam os processos de comunicação aí envolvidos.

* * *

Como perspectiva geral, parece ser efetivamente possível adotar esta posição sobre o objeto do campo – que oferece ao mesmo tempo um ângulo de especificidade e uma solução razoável (embora um tanto abstrata e ampla) para justificar e distinguir a presença do tema “comunicação” no nosso campo e em todos os demais *sem cair na atitude holista acima referida*.

Entretanto alguns problemas decorrem desta perspectiva, que devem ser abordados para que se possa verificar mais acuradamente sua possibilidade de eficácia. Estes problemas se

referem sobretudo a quatro ordens de reflexão.

- (i) a presença, com altíssima frequência em nossos programas de pós-graduação, em nossa produção publicada, em nossas pesquisas e na história da construção do campo, justamente da mídia que a alternativa “geral” (interacional) procura recusar enquanto *objeto específico*;
- (ii) a questão do compartilhamento *prático* dos estudos – ou seja: desde que todas as áreas de conhecimento humano e social abordam a questão comunicacional, a “distribuição” entre – e a “contribuição” dos – diferentes campos de estudo não parece poder ser definida apenas por aquela solução abstrata referente ao ângulo de enfoque principal. Ou ainda: na prática das pesquisas não percebemos uma distinção rigorosa no que se refere ao ângulo preferencial;
- (iii) a questão da constituição interna do campo, que não se faz a partir de proposições abstratas ou de gestos epistemológicos formalizados, mas sim da prática da pesquisa; mas que deveria poder ser de algum modo relacionada ao ângulo proposto para que este possa ser visto como produtivo;
- (iv) a questão de, ao ultrapassar as fronteiras facilmente demarcadas do território “meios de comunicação”, como evitar uma confusão (observada em alguns estudos) entre comunicação e cultura. Um exemplo dessa imersão do comunicacional no cultural são alguns trabalhos em torno das mediações, a partir de J.-M. Barbero. Ao passar dos meios às mediações, às vezes o que parece haver de propriamente comunicacional nas relações dos usuários com a mídia parece se diluir no “cultural”

Anotações atuais

Na perspectiva exposta nos comentários ao item sobre o objeto, mantenho a preferência pela *questão* “interações”, que venho desenvolvendo, sobretudo porque essa questão me parece se apresentar como âmbito processual relevante na ocorrência de episódios comunicacionais.

Essa preferência não exclui temas ou objetos – apenas se demarca como “ângulo de entrada” promissor para conjeturas, perguntas e pesquisa empírica. De modo próximo, me interesso por “mídiatização”, mais que propriamente por “mídias” (ver adiante, no item **Centralidade da mídia**), pois esse conceito

ênfatisa expressamente processos segundo os quais “as mídias funcionam”, mas também pelos quais a sociedade contemporânea historicamente aciona suas interações. Ou seja: a mediação como processo comunicacional da sociedade, mais que como “ação das mídias” sobre a sociedade.

A questão da interação social vai além da metáfora conversacional, como já assinalávamos no artigo. A conversação ênfatisa os processos de ida-e-volta, na troca entre interlocutores. A ideia de “resposta” é percebida como um retorno imediato ao ponto de origem da primeira contribuição conversacional.

Na sociedade em mediação, a interação se manifesta mais claramente como um fluxo sempre adiante. Com a emissão de uma mensagem, seja televisiva, cinematográfica ou por processos informatizados em rede social, o “receptor”, após apropriação de seu sentido (o que implica a incidência das mediações acionadas), pode sempre repor no espaço social suas interpretações. Isso ocorrerá seja em presencialidade (em conversações, justamente), seja por outras inserções mediadas – cartas, redes sociais, vídeos, novas produções empresariais, blogs, observatórios, etc. Os circuitos aí acionados – muito mais abrangentes, difusos, diferidos e complexos – é que constituem o espaço das respostas “adiante” na interação social.

Uma parte de tais encaminhamentos certamente voltará, transformada, às origens onde foi emitida a mensagem – tomada como “inicial” apenas para efeito de raciocínio. Na verdade a circulação é constante. Uma parte dos processos aí ativados se torna então abrangentemente *social* – propiciando esse retorno “modificado” e difuso.

Como se percebe, esse processo, que podemos denominar de “fluxo comunicacional de circulação adiante”, não mantém semelhanças com a referência “conversacional” que justifiquem a metáfora. As conversações interpessoais – em presença ou por rede – são apenas parte possível do processo geral.

A centralidade da mídia

A questão aqui é conseguir fazer conviver uma perspectiva ampla sobre o comunicacional (enquanto estudo da “conversação social”) – que não o restringe ao que se passa na mídia – com a importância evidente dos processos mediáticos nos estudos do campo acadêmico da Comunicação.

Existem algumas razões, creio, para perceber a importância nuclear da mídia – sem ter-

mos que circunscrever nosso objeto com exclusividade ao que aí se passa.

A primeira razão é que os meios de comunicação audiovisual são o fenômeno sócio-histórico que permitiu perceber, objetivar e problematizar os processos comunicacionais em perspectiva destacada (ou seja, deixando de ser apenas um componente de outras perspectivas e objetivos sociais e de conhecimento).

Foi preciso uma presença mediática “objetivada” no espaço social para que a sociedade se perceba “conversando” consigo mesma. Antes disso, era possível e fácil a sociedade perceber (objetivar) *determinados* ângulos de interação comunicacional, subsumidos a uma questão qualquer – por exemplo: o trabalho de convencer pela palavra enquanto retórica e argumentação; a reflexão sobre a produção de efeitos poéticos; os modos pelos quais o ser humano faz interagir sua psique com o mundo social que o cerca; etc.

Uma vez aflorado o objeto (percebido, constituído, problematizado) ele não depende mais das condições de sua constituição – podemos refletir e discutir sobre o que eram as interações sociais comunicacionais há 3 séculos ou três mil anos atrás. Ou seja: os MCS teriam sido condição de percepção e de objetivação, mas não de constituição do objeto.

Antes do afloramento não só a sociedade conversava consigo mesmo, como é óbvio; mas isto sempre foi percebido – em suas conversas setoriais, suas práticas sociais e sua reflexão – como educação, política, religião, ciências, artes, economia, literatura. E aí sempre subsumido aos objetivos e ângulos específicos destas práticas e reflexões.

Uma segunda razão para a centralidade da mídia dentro do objeto “interação social” é a importância dos MCS como processo comunicacional e de produção de sentidos compartilháveis na sociedade contemporânea.

Pela primeira vez na história, uma sociedade se dotou de um vasto aparato tecnológico-empresarial-cultural-profissional-mítico voltado especificamente para (ou proposto expressamente como sendo para) veiculação de mensagens e para a produção de efeitos de fruição estética ou de entretenimento. Ao mesmo tempo, por sua dimensão, complexidade e diversidade de ações e poder intrínseco, este aparato não pode ser visto como inteiramente a serviço de uma outra determinada ordem de objetivos e processos sociais.

Isto significa que uma importante parte (em quantidade e relevância) do que se co-

munica na sociedade contemporânea ocorre através dos meios de comunicação. Certamente inclui aí não somente os grandes meios audiovisuais e informáticos, mas também o jornal, o livro e toda e qualquer forma de publicação impressa.

A terceira razão da importância da mídia (além de ter sido o fenômeno estimulador/generador da percepção e problematização deste ângulo, e da forte presença do mediático nas interações sociais contemporâneas) é o fato de que se trata de um fenômeno que põe em causa modos habituais de conversação social – que se fazia e se faz dentro de outros espaços organizados de funcionamento social; e do trabalho acadêmico de iluminar e desvendar a sociedade: política, educação, artes, economia, produção cultural, interações culturais.

Isso ocorre em função de duas características que encontramos em todo aparato mediático: a inclusividade e a penetrabilidade. Faço aqui a transcrição direta de um trecho de um artigo meu, anterior, no qual abordo estas características:

Os novos recursos áudio e/ou visuais incluem (no sentido de captar, adicionar, subsumir) tudo o que, em termos de som e/ou imagem possa ser representado. Ao fazer isto, adicionam também os processos do espaço social registráveis por seus equipamentos.

A inclusão de processos (e não apenas de “objetos”) desenvolve já uma segunda característica dos meios. Ao adicionar processos, estes são inevitavelmente modificados no espaço da inclusão – em pelo menos dois sentidos: o resultado final da objetivação (da produção) é um processo modificado em formas, ritmo, duração, perspectiva, interpretação; e o próprio processo, no espaço real, recebe solicitação de modificações para “se ajustar” ao olhar/ouvido dos equipamentos.

Para esta característica dos meios, proponho a denominação de penetrabilidade – o meio/processo de comunicação penetra nos processos sociais, modificando-os em função de seus próprios modos operatórios (Braga, 1999, p. 132).

Temos então três razões para a centralidade da mídia nas pesquisas da área:

- a presença dos meios audiovisuais viabilizam a percepção histórica do “comunicacional” como questão diretamente problematizável;
- nas comunicações sociais hodiernas, o aparato mediático geral (incluindo a escrita publicada) tem uma importância primordial entre outras interações extra-mediáticas;

- e o mediático interfere e interage profundamente com os espaços não-mediáticos, em função de suas características de inclusividade e de penetrabilidade.

É este conjunto de fatores que nos permitem afirmar que hoje vivemos em uma “sociedade de comunicação” ou “sociedade mediática”.

Dados estes argumentos, seria talvez possível pretender que funcionam a favor da hipótese de tomar os meios de comunicação diretamente como objeto do Campo. Entretanto, é preciso assinalar que os MCS são apenas o fenômeno empírico – e como tal não correspondem propriamente a um ângulo ou preocupação de busca de conhecimento. Portanto sobre eles volta-se também, de pleno direito, o olhar das demais áreas humanas e sociais. Para a área da Comunicação, não se trata de uma ênfase apenas no sistema jurídico-político da mídia; nem apenas no sistema tecnológico; nem apenas no sistema profissional de produção; nem apenas no conjunto de produtos e na fortuna expressiva aí elaborada; nem apenas nas circunstâncias da recepção que lhes é oferecida. Qualquer destes enfoques, se exclusivo, tende a segmentar o objeto e isolá-lo, seja de sua realidade social, seja de sua substância significativa, seja das suas condições de existência e produção. Trata-se de ver (em qualquer dos pontos das relações de fluxo entre estes elementos e processos), a interação social comunicacional em funcionamento, com seus objetivos, processos e tensões plurais.

Por outro lado, a perspectiva da “interação social ampla” tomada como objeto não nos impede de dirigir o olhar, com enfoque muito direcionado sobre a mídia, na observação de um fenômeno recortado, para os propósitos da pesquisa, como um fragmento da realidade social (o sentido de um produto, as vicissitudes de uma recepção, uma rotina de produção, o funcionamento jurídico-político de um sistema de comunicação ou a distribuição de frequências em um país). O que reúne e dá consistência a estas diversas observações não é que tenham como objeto empírico um determinado fenômeno ou processo mediático – mas sim que, em todos eles, estaremos observando sua relação com (incidência sobre e/ou conseqüência para) as interações sociais. Isto permite examinar o fragmento sem destacá-lo das relações que entretém – sem dualismo, portanto.

Nossa perspectiva então comporta a forte presença da preocupação com os processos

mediáticos enquanto fenômeno histórico e social, na sociedade contemporânea e como objeto principal de nossas preocupações de pesquisa – mas não exclui outros objetos desde que neles se dê como enfoque principal a questão das interações comunicacional que os caracterizam.

Anotações atuais

Considero agora que o uso enfático da palavra “mídia” leva a equívocos. A expressão tende a sublinhar aspectos temáticos do objeto, relacionando a palavra a duas referências materiais – seja a “mídia-empresa”, seja a “mídia-tecnologia”, como se o simples fato de tematizar tais objetos pudesse caracterizar um campo de estudos, quando na verdade tais “objetos” podem ser tema de estudo e pesquisa por quaisquer das CHS.

Adotando a expressão “mídia-tecnologia”, seremos mais exatos, pois a expressão faz ressaltar os processos comunicacionais envolvidos.

Certamente é um fato histórico que as sociedades contemporâneas acionam crescentemente tecnologias midiáticas para acionar e fazer circular suas necessidades e interesses de interação. É claro, também, que as questões tecnológicas e as referentes aos processos industriais/empresariais estruturam grande parte desse uso. Mas a questão abrangente, em nossa perspectiva, se reporta aos modos sociais de circulação que aí são inventados e produzem seus efeitos sociais. Tais processos não são inteiramente *determinados* por causas outras que fizessem do fenômeno comunicacional mero epifenômeno – percebemos lógicas internas no processo comunicacional.

Nessa linha, podemos entender a midiáticação como um conjunto complexo de ações *de sociedade* (incluindo aí, é claro, a organização empresarial e o desenvolvimento tecnológico) que crescentemente se estabelecem como *processo interacional de referência*, passando a abranger e direcionar os processos gerais anteriores: os da escrita, que anteriormente (e ainda) se apresenta como processo de referência principal, subsumindo a generalidade de processos; e os da oralidade tradicional (ver Braga, 2007).

Claramente, estes moldes interacionais “anteriores” não desaparecem – ora se reorganizam no contexto geral da midiáticação; ora se circunscrevem a espaços especiais restritos (como ocorre também com a oralidade no período da escrita como articuladora mais geral da interação social).

Tal reflexão, acredito, corresponde a superar a disjunção entre os dois “objetos” cotados no artigo, mídia e interação. Essa perspectiva, naturalmente, nos leva a propor uma “continuidade” entre os processos comunicacionais da midiáticação e os processos de comunicação mais distantes do “mídia-tizado”. Na sociedade contemporânea, seria difícil fazer um corte nítido entre fenômenos comunicacionais da processualidade midiática e fenômenos comunicacionais outros, diversamente inscritos no fluxo comunicacional.

Compartilhamentos práticos

A questão aqui é a de como desentranhar o objeto “comunicação” e lhe dar identidade *no campo*, não confundida com os papéis específicos atribuídos pelas demais disciplinas particulares. Como assinala Luiz Cláudio Martino,

a natureza dos estudos em Ciências Humanas – que têm no homem um ser essencialmente comunicativo, seu objeto comum – faz com que a análise dos processos comunicativos seja um ponto de passagem quase obrigatório, o que dificulta a delimitação mais precisa do objeto da Comunicação, uma vez que ele se encontra misturado às análises de outras disciplinas (2001, p. 78).

A clivagem geral e abstrata já foi exposta acima: trata-se de distinguir primeiro a presença do ângulo “interação comunicacional”; e em seguida, verificar se este ângulo é que comanda o olhar ou se está subsumido aos objetivos prioritários de outras disciplinas. Mas esta proposição abstrata é insuficiente, pois assumimos que o que comanda a construção do campo não é um gesto teórico-epistemológico, e que as práticas do campo social da pesquisa é que oferecem substrato histórico.

Há duas questões de partilha e seleções:

- (a) decidir o que pode ser melhor estudado a partir de paradigmas, métodos, teorias e pontos de vista de outras disciplinas particulares; em contraste com o que pode ser melhor percebido no campo dos estudos em Comunicação;
- (b) decidir – dentro desse espaço indefinido de sub-temas possíveis – quais são os tipos de objeto mais relevantes e mais urgentes para observar seus processos e produtos de interação.

Estas partilhas não serão resultantes de decisões lógicas ou de especulações epistemoló-

gicas, mas o resultado histórico das pesquisas elaboradas, tanto nomeadamente no Campo da Comunicação como no campo de disciplinas afins, onde o tema prevaleça.

Até o século XX, os grandes meios sociais de comunicação (livro - jornal - artes) eram objetos *dentro* de outros campos em que os ângulos gerais eram diversos. Por exemplo, o livro na literatura; o livro na educação; o jornal na política (eventualmente na literatura, como folhetim, como divulgação cultural,...); o rádio igualmente na política. Ou então, eram percebidos com foco nas tensões que geravam com outros campos (a fotografia com a pintura; o cinema com o teatro, e em geral com o campo das artes). Ou ainda, relacionados a questões consideradas como “menores” ou circunstanciais das atividades sociais: cinema, rádio e televisão enquanto entretenimento.

O que observamos hoje é uma diversidade de pesquisas que alimentam a área, vindas tanto dos PPG nomeadamente de Comunicação, como das demais disciplinas sociais e humanas – diversidade de que é um exemplo marcante o funcionamento da Compós.

Conforme a formação profissional ou a simples preferência pessoal dos pesquisadores, o ângulo comunicacional comparece como predominante ou como subsumido – e essa clivagem nem sempre é relacionada à inserção em um PPG do Campo ou de outra disciplina humana ou social.

Até onde se pode prever, esse compartilhamento *ad-hoc* e variado continuará preponderante durante ainda muito tempo. Assim, na partilha prática do ângulo comunicacional, não é possível (nem desejável) sugerir que os “nossos” PPGs dêem prevalência ao ângulo comunicacional nas suas relações com outras perspectivas do social; e que os demais espaços de pesquisa mantenham o ângulo comunicacional apenas como aporte de contribuições vindas de nossa área e a serviço da “disciplina usuária”.

Tanto em um como em outro espaço, a pesquisa faz surgir novas questões sobre a interação e novas perspectivas para abordá-las. Não há ainda (e não importa muito se haverá ou quando) disciplina provedora e disciplina usuária no que se refere a esse ângulo. Ou seja: o campo está sendo construído em conjunto por pesquisadores de diversas áreas – sempre que o ângulo interacional comparece com alguma relevância em suas abordagens. Esta circunstância não representa “invasão” do que seria nossa especificidade, nem que nossa área se dilua nas demais.

Pode-se dizer que o estágio de reflexão sobre as questões envolvidas na interação comunicacional não chegou ainda no ponto em que a relevância e a profundidade das descobertas dependa de um enfoque exclusivo ou preponderante sobre o que é propriamente “comunicacional”. Assim, muitas descobertas e elaborações conceituais fundamentais para o Campo decorrem de perspectivas elaboradas com enfoque outro.

É nas idas-e-vindas entre os diversos campos que estamos construindo não um objeto interdisciplinar, mas uma percepção crescentemente complexa sobre o que sejam as interações comunicacionais na sociedade.

O que talvez seja tarefa específica dos PPG em Comunicação e dos pesquisadores mais envolvidos com a identificação do campo, é a reflexão continuada no sentido de desentranhar o objeto propriamente comunicacional dos demais objetos de conhecimento humano e social – os quais, com referência àquele ângulo preferencial da área, podem ser vistos como complementares.

O corolário desta tarefa é observar o funcionamento do que há de comunicacional no campo mesmo das diversas disciplinas humanas e sociais – e ver como essa diversidade pode ser percebida como “atravessada” por uma mesma ordem de reflexões que as faz interessantes de um outro ponto de vista: enquanto objetos comunicacionais.

Com isto é que se tornará crescentemente possível desenvolver teorias do campo comunicacional.

Por outro lado, voltando ao empírico, é possível que os pesquisadores mais especificamente “da área” é que poderão crescentemente desenvolver estudos midiáticos ao mesmo tempo com mais acuidade (dada a presença e a frequência do objeto) e com mais percepção de conjunto (ou seja, evitando a fragmentação) – exatamente porque aqui o ângulo interacional, não tendo que ser subsumido a nenhuma outra prevalência, pode vir a produzir teorias gerais.

A área da comunicação, voltada para as questões próprias da área, deve ser a principal propositora de questões e de problemas “específicos”, além de desenvolvedoras de esforços criativos no sentido de articular, a partir de seu ângulo preferencial, descobertas e formulações distintas, recebidas de outras áreas especializadas. As demais áreas, na medida de sua formulação anterior de teorias e conceitos, com rigor estabelecido, para seus tipos específicos de objeto, por seu lado, provavelmente

continuarão ainda longamente a serem principais fornecedoras de rigor teórico e de substratos metodológicos para a pesquisa.

Anotações atuais

Duas questões se complementam, quanto a esse aspecto. Uma delas se refere ao desentranhamento do fenômeno comunicacional dos diversos âmbitos e disciplinas em que este é estudado. Trata-se, como abordado no item anterior, de extrair o fenômeno da percepção que as teorias das diversas CHS elaboram, para percebê-lo menos dependente das questões próprias destas disciplinas.

A outra questão é de certo modo inversa: se dedicamos nosso esforço de pesquisa e teorização à construção de perspectivas próprias para distinguir o fenômeno comunicacional, é preciso pensar, de nossa parte, sobre a contribuição que nos incumbe, no conjunto das CHS, para o esclarecimento do fenômeno.

Uma perspectiva de Auguste Comte, no seu estudo sobre a constituição histórica das disciplinas de conhecimento, apresenta uma intuição fundante: as primeiras perguntas e hipóteses, referentes a um fenômeno que se apresenta como questão para um novo conhecimento, são desenvolvidas no âmbito de uma disciplina já estabelecida. Apenas na medida em que estas hipóteses e perguntas ultrapassem a abrangência de interesse do campo já estabelecido, é que se funda um novo âmbito de estudos e conhecimento.

Com essa perspectiva, Comte propõe a percepção da continuidade histórica que faz derivar da matemática a cosmologia, desta, a física, no âmbito da qual se fizeram as primeiras perguntas que vieram a configurar a química, onde surgem os problemas de conhecimento que resultariam na biologia – para finalmente desprender-se desta a sociologia (*in* Alain, 1947, p. 295-304).

No que essa sequência tenha de esquemático ou de modelização posterior, permanece a boa heurística que se apercebe de perguntas sendo desenvolvidas antes que um objeto claro se configure.

Ora, o que vemos nos desenvolvimentos de um conhecimento comunicacional é justamente, a partir do século XX, a profusão de questões que se referem, direta ou indiretamente, a esse fenômeno – vago que fosse – em todas as ciências humanas e sociais.

Peculiaridade, no nosso caso, é essa circunstância em que vemos tais perguntas e

hipóteses se apresentando no âmbito de uma pluralidade de campos de conhecimento – ao mesmo tempo evidenciando sua importância generalizada para a sociedade.

Com essa perspectiva, podemos perceber a complementaridade das duas questões com que abrimos este item. Desentranhar o comunicacional não corresponde a definir um “território” à parte, nem temas, objetos ou métodos que nos sejam exclusivos, mas sim desenvolver perguntas e hipóteses *para além das que já são feitas* pelas demais CHS – que não as farão, porque isso ultrapassaria seu âmbito de interesse e as lógicas de seu campo de conhecimento.

Isso, por sua vez, é também a contribuição que o conhecimento comunicacional pode fazer para o conjunto geral em que se inscreve, o das ciências humanas e sociais – a oferta de perguntas e hipóteses que possam ser então “importadas” por estas disciplinas para tratar do comunicacional a serviço das questões específicas que lhes interessam.

Teríamos aqui, então, o que considero um critério contemporâneo válido para caracterizar uma disciplina: a competência de gerar perguntas e hipóteses sobre aspectos da realidade social em perspectiva diferenciada das demais CHS – perguntas e hipóteses que, por suas perspectivas próprias, estas não farão; mas que podem, por outro lado, em regime de aproximação interdisciplinar, ser acionadas a serviço do conhecimento de seus objetos para os quais a interface é relevante.

A questão da constituição “interna” do campo

Uma primeira clivagem, que se percebe na observação das pesquisas, ocorre entre os estudos que enfocam alguma questão especificamente sobre a mídia; e outros estudos (talvez em menor número, mas muito diversificados) que abordam outras questões e outros objetos empíricos, extra-mediáticos, em função de componentes comunicacionais (interacionais) aí envolvidos.

Outra clivagem pode também ser referida. De um lado, temos um conjunto de estudos que, por tradição, pelo lugar em que são desenvolvidos ou então pela tranqüila prevalência do ângulo “interação” – são consensualmente aceitos como pertencentes ao Campo da Comunicação de pleno direito e origem (ainda que lancem mão de teorias e conceitos desenvolvidos em outras áreas de conhecimento).

Neste espaço é que encontramos a primeira possibilidade de “interdisciplinaridade” referida no início do artigo – e que em nada reduz a identidade do campo, a qual solicita e absorve contribuições de outras áreas a serviço de seu ângulo específico.

De outro lado, encontramos estudos que nitidamente se fazem na fronteira entre os objetos de preocupação do campo e os objetivos de outras disciplinas humanas e sociais. Aqui ocorre a segunda possibilidade de comparecimento de interdisciplinaridade referida na introdução – espaço em que facilmente se podem perceber os relacionamentos que fazem interagir os conhecimentos de cada lado da interface.

Dando-se atenção a estas duas clivagens, é possível construir organizações do Campo que não sejam reducionistas nem excludentes. Concomitantemente, que não sejam exclusivistas (de fronteiras fechadas), nem tão dispersas que se tornem indefinidas e “gasosas” (a interdisciplinaridade “etérea” que criticamos no início do artigo).

Uma dessas organizações, elaboradas em perspectiva essencialmente prática, é a que foi proposta por uma comissão organizada pela Compós para este efeito em 1997 (Vassallo Lopes *et al.*, 1997). Teríamos três tipos básicos de componentes nessa organização. Um deles é organizado em atenção à presença e aos processos mediáticos. Temos aí as angulações que habitualmente são oferecidas pelas pesquisas, e que perspectivam a mídia segundo clivagens empíricas:

Estudos de Meios
Práticas de Comunicação
Interpretação de Produtos
Recepção

Trata-se, portanto, dos estudos que enfocam respectivamente o sistema e suas estruturas; a produção; o produto; e os usos feitos dos produtos na recepção. A estas quatro subáreas é possível acrescentar uma quinta, em que o enfoque não se volta diretamente para a mídia, mas para aquilo que, na sociedade e no indivíduo, interage com os processos comunicacionais amplos:

Sociabilidade/Subjetividade e Comunicação

Um segundo conjunto de subáreas é justamente aquele em que se desenvolvem os estudos de interface – são os espaços de interdisciplinaridade entre o ângulo propriamente

comunicacional e os diversos ângulos de preocupação e busca das diversas disciplinas humanas e sociais.

Considerando a relevância atual da comunicação e sua problematização generalizada, estes espaços de interface seriam tantos quanto fossem as disciplinas e atividades humanas identificáveis como campos de conhecimento ou do fazer social. Entretanto, para efeitos práticos, no documento referido achamos pertinente fazer agregações amplas. Temos assim:

Comunicação e Cultura
Comunicação, Arte e Literatura
Comunicação, Ciências Humanas e Filosofia
Comunicação e Ciências Sociais Aplicadas

Temos finalmente um último conjunto, formado por uma única subárea – abrangendo estudos em que a teoria seja mais que o movimento natural de toda pesquisa, para tornar-se o objeto mesmo desta (associado frequentemente a questões epistemológicas). É o espaço em que o campo “se pensa”, no qual explicita e acompanha seus próprios desenvolvimentos históricos e teórico-epistemológicos:

Teoria e Epistemologia da Comunicação

Essa hipótese de descrição é detalhadamente trabalhada no documento referido, e portanto evitamos aqui maiores elaborações. Entretanto duas proposições devem ser explicitadas:

(a) as subáreas não devem ser percebidas como “territórios” (metáfora que levaria à aceitação de fronteiras e de exclusividade). Cada uma delas é apenas um “ângulo de entrada”, ou seja, uma perspectiva preferencial para organização de objetos de pesquisa, ângulo que não exclui temas das demais subáreas, mas apenas os organiza em função do enfoque ali adotado;

(b) a preocupação de ordem geral com o elemento identificador do campo (a interação comunicacional geral) é fundamental para *superar a fragmentação* – tanto das subáreas midiáticas entre si, como da mídia em relação à sociedade. O que evita a fragmentação é a percepção de que o fragmento estudado está em alguma relação com o processo geral da comunicação social. Aliás, é pelo fato de o objeto comunicacional incluir múltiplos ângulos, não subsumíveis em conjunto e sem restos a nenhuma das perspectivas humanas e sociais estabelecidas, que solicita (ainda que, na pesqui-

sa empírica, o trabalho possa ser fragmentário) a construção de um campo em que angulações mais amplas sejam referidas para reconstituição, no conjunto, de uma abrangência compreensiva do objeto.

Independente do acordo ou desacordo que venha a ser feito sobre esta organização específica, o que queremos assinalar aqui é a possibilidade de organizar o campo em termos práticos, de modo suficientemente específico e abrangente, para situar os principais núcleos e enfoques, e para manter uma porosidade estimuladora de interações com as demais ciências humanas e sociais; sem ter que se dar nem como fronteira guardada nem como encruzilhada passivamente atravessada.

Anotações atuais

A Tabela de Áreas de Conhecimento, do CNPq se mantém ainda como antes, não reformulada, embora diversas discussões e tentativas tenham ocorrido na área, encaminhando várias propostas diferenciadas depois da proposta referida no artigo.

Parecia, à época do artigo original, que o desenho interno em subáreas e especialidades dos estudos em Comunicação poderia ter um sentido organizador para os próprios debates do conhecimento. Hoje assumimos que se trata, aí, sobretudo de uma questão de ordem prática – importante para encaminhamentos das agências de fomento, mas de menor urgência no que se refere a visadas epistemológicas e metodológicas para o campo.

A questão que atualmente nos parece central para a constituição interna do campo de estudos não é propriamente a do estabelecimento de categorias para verter os diferentes projetos e teorizações. É antes a questão voltada para o desenvolvimento de dinâmicas de articulação e de desafio mútuo entre ângulos diferenciados de observação do fenômeno comunicacional.

Uma constatação recorrente nos estudos do campo é a extraordinária diversidade de temáticas e abordagens. Isso decorre da complexidade do próprio fenômeno comunicacional, que atravessa todas as atividades humanas e sociais. Refere-se também aos múltiplos observáveis empíricos e aos aportes teóricos que, além daqueles desenvolvidos diretamente no campo de estudos, são sobretudo buscados em todas as CHS.

As tentativas de domar a diversidade com base em teorias abrangentes (sobretudo tenta-

das até os anos 90) apresentavam resultados reducionistas, recusando o interesse de estudos não abrangidos pela teoria proposta.

O acolhimento indiscriminado da diversidade, por sua vez, estimulava a postura “interdisciplinarista frouxa” que criticamos – aceitando a convivência meramente cumulada de todos os aportes.

Adotando uma visada processual para a constituição do campo, assumimos hoje (ver Braga, 2011) que é importante manter a diversidade, mas devendo-se trabalhar contra a dispersão. O principal esforço contra a dispersão não é o de forjar categorias prévias para encaixar reflexões, pesquisas, métodos e teorias. Trata-se antes de buscar espaços – em nível mais abstrato que o das pesquisas específicas – nos quais diferentes investimentos investigativos, sobre ângulos variados do fenômeno comunicacional, possam buscar composição e tensionamento de suas questões e hipóteses.

Essa perspectiva não corresponde a aplinar diferenças, nem a subsumir resultados de um ângulo a outro. Trata-se, mais simplesmente de: (a) desafiar hipóteses de um ângulo pelos resultados de outro, através de um tensionamento entre as diferentes visadas; (b) buscar perguntas mais abrangentes; (c) desenvolver hipóteses heurísticas que procurem articular fragmentos de conhecimento diferentemente produzidos.

Assim, a redução da dispersão não corresponde a reduzir a diversidade – mas apenas a pôr em contraste, pelo debate e pela pesquisa, ângulos de estudo ainda não conectados.

Essa questão é desenvolvida em artigo (Braga, 2011) elaborado com base no estudo de cem artigos, muito diversos entre si, apresentados na Compós – mas que puderam ser analisados segundo mesmas clivagens interpretativas.

A distinção Comunicação x Cultura

Um dos riscos de adotar uma perspectiva de objeto comunicacional mais amplo que os processos mediáticos é o de que, nos espaços sociais mais difusos, se perca a especificidade de nosso enfoque, diluído na questão cultural.

Em meu artigo sobre “Interação e Recepção” observo um risco deste tipo – não decorrente da inclusão de preocupações culturais, mas quando daí decorre um esquecimento do que é propriamente comunicacional:

A percepção sobre mediações culturais nas quais está permeado e impregnado o receptor é uma contribuição preciosa para os estudos da

área. Basta observar a alta frequência de referências a Barbero nos mais diversos estudos de recepção. Mas um risco eventual incorrido por alguns estudiosos da questão é o de dar exclusiva ênfase aos demais determinantes culturais (extra-mediáticos), quando o receptor é afirmado como fortemente amparado por estas inserções outras para simplesmente “resistir” aos produtos de massa. Pode ocorrer então um esquecimento de que, entre o receptor e o produto mediático ocorrem efetivamente interações. Deixar de lado o produto mediático e os ambientes mediatizados de comunicação, observando-se apenas “o lado receptor” com suas defesas e permeações culturais outras, pode levar a perder de vista a importância de apreender e ampliar conhecimentos sobre o que ocorre de específico nas interações mediáticas (Braga, 2000, p. 5).

É preciso portanto distinguir, na cultura, o que é objeto das preocupações culturais etnográficas; e o que deveria ser o objeto principal das preocupações do Campo da Comunicação.

A cultura-identidade – enquanto dado prévio, de tradição, segundo o qual os seres humanos se inscrevem em sua comunidade e desenvolvem estrategicamente seu ser – é hoje ultrapassada por processos largamente *auto-percebidos* (e portanto “trabalhados”) de inserção – que levam à percepção de que pode ocorrer uma *escolha entre diversidades* – e não mais apenas “acolhimento” e “permeação” na identidade.

Vemos aí duas perspectivas que, no espaço cultural, interessam especificamente ao estudo comunicacional. Uma delas é a da constatação da diversidade como base para uma objetivação/problematização da questão comunicacional (enquanto que o ângulo cultural tem tradicionalmente buscado observar o que identifica uma cultura – ou seja, cultura enquanto identidade).

A utilização da expressão “meios de comunicação” para referir transporte e vias de circulação, nos séculos XVIII e XIX, provavelmente decorria da percepção de que aqueles meios viabilizavam a interação cultural entre locais diferentes – em que “local” não se refere apenas ao território, mas também ao que aí acontece em perspectivas de cultura.

Esta concepção de “meios de comunicação” foi então adotada para referir processos de ocorrência de interação entre diversidades. E a diversidade (naqueles séculos) é percebida sobretudo entre povos diversos. Foi necessário começar a perceber as diferenças internas em uma mesma cultura – por exemplo, cultura de elite x cultura popular – para então refletir sobre a circulação e as interações entre elas (e

certamente sobre os obstáculos às interações, histórica e sociologicamente instalados no processo). Uma boa discussão introdutória sobre interações entre cultura de elite e cultura popular aparece em Ginzburg (1987, Prefácio).

A segunda perspectiva é a de *auto-explicação* do gesto cultural. As pessoas e grupos já não se movimentam somente nas estratégias de interação “dentro” das regras de um jogo proposto pela tradição e pelos hábitos – e muito lentamente trabalhado (solapado e assoreado) pelas próprias estratégias. Trabalha-se também conscientemente nas próprias regras do jogo.

Quando a cultura se percebe cultura, quando o gesto que faço não pode mais se justificar como se fosse “natural” – através de um “é assim que se faz” – já não estamos exclusivamente no território da cultura, mas também no da Comunicação. Ou seja: não é mais cultura enquanto modo de ser, mas cultura enquanto comunicação. É sempre “cultura”, é claro, mas não o é mais apenas como nos acostumaram a vê-la os antropólogos. O gesto de cultura (fala, dança, criação, comportamento), em situação de auto-explicação, já não é apenas movimento de participação e de identificação do indivíduo na comunidade. É também expressão consciente desse identificar-se – é comunicação (aos iguais e aos diferentes) da opção feita. Corresponde a uma seleção entre diversos jogos e atuação consciente sobre suas regras, via interação social. É nesta perspectiva que o gesto cultural nos interessa.

As duas perspectivas são naturalmente relacionadas. A co-presença irreduzível de diversidades é correlacionada com a auto-explicação – e portanto com a “construção” consciente e auto-refletida da própria cultura.

Daí decorrem questões que (como quer que sejam tratadas por outras disciplinas) para nosso campo devem ser consideradas como “questões de comunicação” – ou seja, no que envolvem a questão da “conversação entre culturas”. É assim que vejo, por exemplo, a questão a que habitualmente se chama de “politicamente correto”. Trata-se aí de um problema comunicacional: como fazer interagir culturas diferentes, em situação de co-presença *fora* de padrões historicamente desenvolvidos como guerra, catequese, submissão, aculturação ou integração. A co-presença não se restringe à convivência física em um mesmo território. A globalização mediática torna de certa forma co-presentes todas ou quase todas as culturas e micro-culturas no mundo.

Assim, uma das questões nucleares que se põem para os estudos da recepção é a de observar as interações entre processos culturais diversos, referentes às múltiplas inserções das pessoas e grupos, e referentes ao que é diretamente mediático; uns e outros, entretanto percebidos não como se de *natureza* diversa, mas enquanto “conversas” (interações) entre *inserções diversas*. Esses estudos devem ser especialmente referidos neste ponto, pois é aqui – onde se observa uma das principais interfaces complexas entre o mediático e o extra-mediático – que a questão cultural (e portanto a especificidade comunicacional) se coloca.

As preocupações com a identidade cultural são desenvolvidas no campo antropológico ou etnográfico. O que efetivamente interessa à comunicação não é propriamente a questão cultural (caso em que a antropologia é suficiente). Mas sim o das interações comunicacionais entre diferentes culturas (ou seja, entre diferentes identidades). Quando o estudo de mediações se restringe ao estudo das identidades construídas, nesse espaço de observação, o pesquisador estará fazendo “cultura” (ou seja, etnografia ou antropologia). Só quando utiliza os dados aí obtidos para observar efetivamente *como* as interações comunicacionais se dão entre esta “identidade cultural” e a mídia é que estará fazendo propriamente “estudo de comunicação”. Não porque aí inclua a mídia – mas sim porque se volta então para a *interação* de uma identidade cultural com outra (no caso, mediática). Ainda sem a mídia teríamos comunicação – quando para além da observação de uma determinada identidade cultural, se observem as interações comunicacionais desta com outras. Será então o caso do multiculturalismo, quando ultrapasse a descrição etnográfica da situação multicultural (ou das culturas em presença) para observar *como* aquela diversidade específica observada transpõe as barreiras do diverso para *interagir*, qualquer que seja a interação comunicacional, conflituosa ou solidária.

Anotações atuais

A questão que se coloca hoje, para além de distinções entre estudos “de cultura” e estudos “de comunicação”, seria uma preocupação com modos de articulação entre objetos e processos comunicacionais e contextos socioculturais. Assumindo que a comunicação se dá sempre “em contexto”, como levar estes em conta, sem se deixar conduzir pelos conhecimentos estabelecidos sobre tais am-

bientes – e sobretudo evitando aceitar *determinismos* contextuais que levariam a tomar os processos comunicacionais como meramente decorrentes de processos sociais outros, como mero epifenômeno?

Entendemos que não é produtivo (nem seria talvez possível) abstrair os contextos estudados pela sociologia, pela linguística, pela economia, pela história. Não há como fazer separação prévia de variáveis, para examiná-las fora de contexto.

Uma primeira premissa a fazer, para que as regularidades do contexto não sejam assumidas como totalmente determinantes do comunicacional, é adotar uma *inversão programática*. Entendemos que as percepções das disciplinas vizinhas e das práticas comunicacionais observam os fenômenos segundo suas próprias perspectivas: as questões prevaletentes são as da área estabelecida. O fenômeno comunicacional é visto “a serviço” de outras questões – e portanto, visto “de fora”. De nossa parte, devemos assumir a centralidade do fenômeno comunicacional tomando-o programaticamente como o constituinte interessante dos processos interacionais. Em Braga (2010b), encaminhamos a previsão de um “programa tentativo” nesse sentido.

Outra perspectiva para as distinções e articulações entre o comunicacional e o contexto envolve a previsão de um “lugar” epistêmico de ocorrência dos episódios comunicacionais, em que os diversos elementos sociais, heterogêneos, se articulam e tensionam, segundo determinados sistemas de relações, em função mesmo dos objetivos comunicacionais da sociedade e seus setores. Denominamos esse ambiente de “dispositivos interacionais”. São socialmente elaborados – e naturalmente trazem para a interação as dinâmicas e linhas de causalidade das diferentes regularidades sociais. Por outro lado, a articulação dessas diferentes dinâmicas se faz segundo as tentativas do processo comunicacional que lhe dá sentido (logo, se organizam diferentemente em cada dispositivo)

Outro modo de perceber o que chamo de dispositivos interacionais é considerar que correspondem a modos tentativos para elaboração de padrões interacionais segundo os quais a sociedade busca organizar o fluxo de circulação comunicacional. Em Braga (2011, 2010a), faço a elaboração desse construto, como uma hipótese heurística para tensionamento interno do campo – que, sem reduzir a diversidade, busca caminhos para reduzir a dispersão.

Conclusão

O presente texto, com o objetivo de apresentar algumas reflexões sobre a constituição do Campo da Comunicação, toma como ponto de partida duas considerações preliminares. A primeira considera ocioso discutir sobre o estatuto acadêmico formal do Campo – assumindo sua existência, enquanto “campo social” (caracterizado pelo desenvolvimento de estudos e de pesquisas), como base suficiente para as reflexões a serem feitas. A segunda preliminar recusa a proposta de explicação do campo por uma pretendida “natureza interdisciplinar” deste.

No desenvolvimento principal, discute-se sobre a opção entre tomar o estudo dos meios de comunicação como objeto nuclear de reflexão do Campo de Pesquisa em Comunicação; ou, alternativamente, considerar um objeto mais amplo – as interações da comunicação social.

A partir de uma preferência pela segunda alternativa, examinam-se quatro problemas que são colocados para esta perspectiva:

- explicar a forte presença da mídia como objeto de estudos na área;
- refletir a respeito do compartilhamento dos estudos sobre o tema Comunicação entre o próprio Campo e as demais disciplinas humanas e sociais;
- organizar tentativamente, e para objetivos práticos, as diversas perspectivas e temas que as pesquisas abordam;
- distinguir (questão que não se coloca para a opção de centralização exclusiva na mídia) os ângulos culturais que são de *específico interesse* para o Campo.

Naturalmente as reflexões apresentadas não correspondem a proposições epistemológicas para definição teórica do campo, mas apenas a esforços descritivos e organizatórios do que parece estar acontecendo no campo da pesquisa. Correlatamente, as reflexões apresentadas são inevitavelmente tentativas – sujeitas não só à crítica e às objeções que nos façam perceber limites em nossas proposições, mas também à própria dinâmica da área, que não se constitui e desenvolve através de estruturas abstratas, mas sim da realidade social e histórica de seu trabalho.

Anotação final

O último parágrafo do texto continua válido, reiterando o aspecto tentativo das conjeturas e a expectativa de continuado avanço no desenvolvimento da área – mormente pelas refutações mútuas que os diferentes estudos sobre o campo apresentem, assim como pelas pesquisas sobre aspectos específicos do fenômeno comunicacional, em sua composição.

Referências¹

- ALAIN. 1947 [1939]. *Idées. Introduction à la philosophie - Platon, Descartes, Hegel, Auguste Comte*. Paris, Paul Hartmann, 430 p.
- BRAGA, J.L. 2011. Dispositivos Interacionais. Trabalho selecionado pelo GT Epistemologia da Comunicação. In: ENCONTRO DA COMPÓS, NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, XX, Porto Alegre, 2011. *Anais...* Porto Alegre, 15 p.
- BRAGA, J.L. 2010a. Nem rara nem ausente - tentativa. *Matrizes*, 4(1):65-81.
- BRAGA, J.L. 2010b. Disciplina ou campo? O desafio da consolidação dos estudos em Comunicação. In: J. FERREIRA; F.J.P. PIMENTA; L. SIGNATES (orgs.), *Estudos da Comunicação: transversalidades epistemológicas*. São Leopoldo, Editora Unisinos, p. 19-38.
- BRAGA, J.L. 2007. Mídiação como processo interacional de referência. In: A.S. MÉDOLA; D. CORREA ARAÚJO; F. BRUNO (orgs.), *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática*. Porto Alegre, Sulinas, p. 141-167.
- BRAGA, J.L. 2004. Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação. *Contracampo*, 10/11:219-235.
- BRAGA, J.L. 2000. Interatividade & Recepção. In: A. FAUSTO NETO; A. HOHLFELDT; J.L. AIDAR PRADO; S. DAYRELL PORTO (orgs.), *Interação e Sentidos no Ciberespaço e na Sociedade*. Porto Alegre, Edipucrs, p. 109-136.
- BRAGA, J.L. 1999. Meios de Comunicação e Linguagens: a Questão Educacional e a Interatividade. *Linhas Críticas*, 5(9):129-148.
- GINZBURG, C. 1987. *O queijo e os vermes*. São Paulo, Companhia da Letras, 360 p.
- GOMES, W. 2004. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Editora Paulus, 450 p.
- MARTINO, L.C. 2001. Interdisciplinaridade e Objeto de Estudo da Comunicação. In: A. FAUSTO NETO; J.L. AIDAR PRADO; S. DAYRELL PORTO (orgs.), *Campo da Comunicação*. João Pessoa, Editora Universitária, p. 77-89.
- RÜDIGER, F. 1998. *Introdução à Teoria da Comunicação*. São Paulo, Edicon, 116 p.
- VASSALLO LOPES, M.I.; BRAGA, J.L.; SAMAIN, E. 1997. *Proposta de atualização da categorização do campo da Comunicação em subáreas*. Mimeo, 21 p.

¹ Os artigos do autor apresentam perspectivas desenvolvidas posteriormente ao artigo agora republicado, e aqui referidas nos comentários.