

UMA REFLEXÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO

*Ilso Fernandes do Carmo**

RESUMO

Este artigo procura fazer uma reflexão mais profunda sobre o fenômeno da comunicação, tentando compreendê-lo em suas múltiplas faces sobre o aspecto da teoria do conhecimento, enfatizando a necessidade da pesquisa nem sempre assumida pelas tradicionais teorias da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação, reflexão, teoria do conhecimento, papel da pesquisa

RESUMEN

Este artículo procura hacer una reflexión más profundizada sobre el fenómeno de la comunicación, tentando lo comprender en sus múltiples caras sobre el aspecto de la teoría del conocimiento, dando realce a la necesidad de la investigación ni siempre asumida por las teorías tradicionales de la comunicación.

PALABRAS LLAVE

Comunicación, reflexión, teoría del conocimiento, papel de la pesquisa

Se partirmos do pressuposto que “comunicar” é “dizer algo a alguém”, já estaremos enfrentando um problema que apresenta, no mínimo, três faces. Primeiramente, “dizer algo” pressupõe alguém que diz. Num segundo plano, o “algo”, é o que é dito e, por fim, “alguém” a quem se destinou “algo”.

* Graduado em Filosofia. Doutor em ciências pedagógicas pela Universidad de Cienfuegos (CUBA), Especialista em Filosofia e metodologia das ciências e em Projetos experimentais para a realidade Educacional na Amazônia. Professor de 1º e 2º grau com 25 anos de experiência e professor no 3º grau com 22 anos de experiência. Experiência, também, como coordenador de curso e diretor de escola. Professor da Faculdade de Comunicação Social da UNIC desde 1998.

Normalmente usamos para cada uma destas faces os termos emissor, mensagem e receptor. Mas onde está o problema, afinal?

Seria muito legal que o emissor enviasse a sua mensagem e o receptor a recebesse imediatamente do jeito que foi enviada. Mas não é isso que acontece? Não. É aí que mora o perigo da nossa pretensa credulidade e é aí que está o problema. As coisas não acontecem tão mecanicamente. Quando se fala em “comunicação”, fala-se de um “processo”, movimento carregado de contradições e não de algo que simplesmente acontece.

A tríade: emissor, mensagem e receptor, fundamental para o processo comunicativo, não é instância estanque e estática, cuja simples presença garante a comunicação. Esta tríade deve ser vista em seu caráter relacional.

O presente artigo procurará evidenciar melhor este “caráter relacional” do “processo” comunicativo, não com a pretensão de esgotá-lo, mas para torná-lo mais compreensivo, não só para os chamados “comunicadores”, mas para todos nós que, como seres humanos, esbarramos, a todo momento, com problemas relacionados à nossa comunicação, ou até a falta dela.

“*Dizer algo a alguém*”, implica um sujeito que quer dizer alguma coisa a alguém. Temos então um sujeito que procura expressar algo a um objeto (que por sinal é também sujeito). Estamos, assim, diante da intersubjetividade.

Quem quer “*dizer alguma coisa a alguém*”, possui um mundo todo próprio, uma mundividência, mediante a qual, interpreta a realidade do seu jeito. As coisas são como para ele lhes aparecem, esta é a sua subjetividade. Como, então, “alguém”, também sujeito (revestido de uma outra mundividência e subjetividade), transformado em “objeto” no processo comunicativo, pode entender o que o outro quer dizer? Eis a questão...

Como este “alguém” pode entender o que tenho a dizer? Essa deve ser a primeira preocupação do chamado emissor que, ao articular a sua mensagem, procurará incluí-la no círculo de mundividência do receptor. Outra preocupação ainda está relacionada ao fato de que a mensagem do emissor pode estar carregada de sua subjetividade e não retratar a realidade pura.

Se o emissor estiver envolvido com a propaganda de um produto ou serviço, deve fazer o receptor entender a necessidade e o valor de tal produto. Se for um emissor envolvido com o jornalismo, deve livrar-se da subjetividade para captar o fato como ele acontece ou aconteceu. Entretanto, tanto a propaganda de produtos ou serviços como a divulgação de um fato, estão carregados de subjetividade que vão ao encontro de outra subjetividade.

Nesta perspectiva, na prática, alguns profissionais se dão conta deste aspecto da subjetividade e, para fugir disso, enganam-se e enganam os outros, escondendo-se atrás da máscara da “neutralidade”, ou melhor, do “mito da neutralidade”. Isso só existe na nossa mente. Ninguém é completamente neutro. Em se tratando de relações entre seres humanos, até quando ficamos “em cima do muro”, estamos assumindo uma posição. Entretanto, se não existe uma total neutralidade pelo menos existe algum grau dela. Se é possível algum grau de neutralidade, é claro que ele deve ser buscado. O que importa nesse caso é sermos conscientes do nosso envolvimento e termos a criticidade que nos garante um certo grau de neutralidade.

Além da dificuldade de se desvencilhar do próprio envolvimento com a realidade a ser veiculada, o emissor deve tentar inserir-se no universo do receptor. Isso envolve a tal da pesquisa que, quase sempre, ou não é feita, ou é feita de modo inadequado e não capta nada do universo alvo, além de, muitas vezes, ser manipulada por interesses que escapam à pretensa “neutralidade”.

Tal situação remete-nos à pesquisa que é fundamental em todo ramo do saber. Na comunicação ela é, na visão aqui defendida, imprescindível. Mas que tipo de pesquisa? Levantar um amontoado de números? Fazer uma série de cálculos? Quase sempre endeusamos a linha da pesquisa empírica em detrimento das demais. Vejamos algumas palavras de Pedro Demo sobre pesquisa:

Pesquisa é a atividade científica pela qual descobrimos a realidade. Partimos do pressuposto de que a realidade não se desvenda na superfície. Não é o que aparenta à primeira vista. Ademais, nossos esquemas explicativos nunca esgotam a realidade, porque

esta é mais exuberante que aqueles.

A partir daí, imaginamos que sempre existe o que descobrir na realidade, equivalendo isto a aceitar que a pesquisa é um processo interminável, intrinsecamente processual. É um fenômeno de aproximações sucessivas e nunca esgotado, não uma situação definitiva, diante da qual já não haveria o que descobrir.

Para fins de classificação, distinguimos quatro linhas básicas de pesquisa: a teórica, a metodológica, a empírica e a prática. (DEMO, 1983, p. 23)

Como podemos perceber, a pesquisa engloba uma série de passos, que, na realidade, não estão separados, eles se distinguem apenas como forma de classificação. Assim, fazer pesquisa não é só montar questionários, às vezes imensos, e sair por aí catando pessoas. Ela envolve o levantamento de um quadro teórico de referência, a seleção de instrumentos de captação da realidade, o lado experimental e observacional e também através do teste prático das possíveis posições teóricas.

O objetivo, neste trabalho, não é aprofundar no tema da pesquisa, mas pelo menos, explicitar alguns princípios fundamentais, uma vez que, voltando para nossa reflexão, a pesquisa é imprescindível para que o emissor possa chegar mais próximo do círculo de mundividência do receptor (alguém). E que fique bem claro: chegar mais próximo, pois como vimos na citação acima, “a pesquisa é um processo interminável, intrinsecamente processual”.

Para não nos perdermos, estamos falando que “aquele que diz, ou tem algo a dizer a alguém” (emissor) precisa atentar para o fato pessoal de não transmitir pura e simplesmente sua subjetividade e, ao mesmo tempo, deve procurar penetrar no círculo da subjetividade do outro e aí entra o papel da pesquisa. Feito isso, a dificuldade agora relaciona-se ao “algo” (mensagem) que será dito a alguém e, se já sei o que dizer e para quem, agora é hora de saber como dizer.

A mensagem pode ser veiculada por inúmeros meios de comunicação que aumentam a cada dia com o desenvolvimento desenfreado de novas tecnologias. Sem dúvida, a palavra ainda ocupa posição privilegiada, mas pode ser veiculada de inúmeras

maneiras. Mas é preciso que o meio escolhido esteja em consonância com o que se sabe daquele que será alvo da mensagem, pois, caso contrário, o dito transforma-se em não dito para alguém que não tem acesso ao meio escolhido. A escolha do meio deve estar ainda vinculada ao grau de familiaridade e domínio da linguagem que o emissor possui do meio. Assim, o “algo” depende intrinsecamente da relação emissor e receptor.

Ainda nos resta falar do “alguém a quem é dito algo” (receptor). Hoje ele não é mais passivo e receptivo como a tempos atrás, quando os meios de comunicação, ligados aos meios de transportes desenvolviam-se muito vagarosamente. Só para termos uma idéia deste desenvolvimento é bom lembrar que os navios a vapor vieram acabar com as cansativas esperas de navegantes diante das calmarias. O telégrafo (com ou sem fio), junto com o telefone, encurtaram ainda mais as distâncias. Os aparelhos celulares dão maior rapidez e agilidade nos contatos que podem ser feitos de onde você estiver. A internet e a televisão colocam, em segundos, o mundo em sua casa e sua casa diante do mundo.

Não dá mais para o receptor ser apenas passivo e receptivo, cada vez mais ele participa do processo e pede rapidez e qualidade. Alguns veículos de comunicação estão parados no tempo e, se não acordarem, desaparecerão.

“Sujeito que diz” “algo” a “alguém objeto (também sujeito)”. Isso parece teoria do conhecimento e, de fato possui seus elementos básicos.

Na teoria do conhecimento, em uma abordagem puramente fenomenológica, o conhecimento provém de uma relação entre sujeito e objeto e essa relação é irreversível. O sujeito sai de si e capta o objeto mediante uma imagem (conceito, pensamento) que será verdadeira se corresponder à realidade analisada, ou falsa em caso contrário. Mas, será que o objeto é tão determinante assim nessa relação? Será que o sujeito não vê o objeto a partir de sua interioridade? A epistemologia procura trabalhar estas questões.

Na comunicação, a relação “sujeito e objeto” parece não se dar como uma maneira de se conseguir uma imagem (conceito, pensamento), mas ao contrário, esta imagem se transforma em mensagem que media a relação emissor e receptor. E esta relação

comunicativa parece não ter nada de irreversível. A mensagem não fala por si só, precisa da relação comunicativa. O emissor sai de sua esfera subjetiva e procura entrar com uma mensagem em outra esfera, também subjetiva.

Não pretendendo aqui alongar-me com maiores aprofundamentos, o presente artigo quer evidenciar que o processo comunicativo carece de maior aprofundamento epistemológico, pois nem sempre a comunicação tem alcançado seus objetivos por problemas que emperram o seu processo, como por exemplo, e talvez o maior problema, quereremos tratá-la como estática, quando esta é essencialmente dinâmica e processual. E, neste sentido, a comunicação possui os mesmos problemas de uma epistemologia que fica apenas no nível fenomenológico e vê o conhecimento também como estático e não como produto de uma interação.

O ato comunicativo, como vimos até aqui, é altamente processual, e que problemas relativos ao também dinâmico “emissor”, ou aos também dinâmicos “mensagem” e “receptor”, podem afetar este processo, mas não eliminá-lo. O processo está sempre acontecendo e, tanto é verdade que, com o novo milênio, o setor da comunicação é o que teve maior destaque de desenvolvimento no século que a pouco terminou. Isso nos leva a pensar que o crescimento deste setor será imensamente maior no novo século e é aí que mora a também “profética” preocupação com uma análise epistemológica sobre o tema.

Entretanto, a preocupação, aqui, foi apenas iniciar uma reflexão que perpassou por caminhos epistemológicos no sentido de fomentar uma discussão que precisa constantemente estar sendo feita. Se não resolve muita coisa, pelo menos levantam-se algumas questões básicas e você também pode começar pelo condicional ponto de partida: “Se partirmos do pressuposto que “comunicar” é “dizer algo a alguém” [...]

Bibliografia

- DEMO, Pedro. *Introdução à metodologia da ciência*. São Paulo: Atlas, 1983.
- SILVA, Franklin Leopoldo e. Teoria do conhecimento. In: *Primeira Filosofia*: lições introdutórias. São Paulo: Brasiliense, 1984.