

Resenha: RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

A COMUNICAÇÃO SOB A ÓTICA DAS TEORIAS SOCIAIS

Tháisa BUENO⁹¹

Incitar um enfoque inovador ao tratar de um tema já tão ponderado como o arcabouço teórico da Comunicação não é tarefa das mais fáceis. Obras originais, compilações completas e detalhadas, textos com indicações complementares e discussões de diversos pontos de vista já foram problematizadas nas mais variadas obras que tratam do assunto. Nesse acervo, nomes como Alsina (2001), Wolf (1987), Martino (2010) entre outros têm contribuído para criar um alicerce forte para este campo do conhecimento, sempre tão permeado e questionado por sua vizinhança com outras áreas do saber nas Ciências Humanas e Sociais.

Um desafio que o professor e teórico da Comunicação Francisco Rüdiger aceitou e concluiu com esmero na obra intitulada “as teorias da comunicação” (com letras minúsculas), lançado em 2011 pela editora Penso, de Porto Alegre. O livro é um trabalho exímio nessa tentativa de trazer algo novo para a discussão deste campo de conhecimento. Novidade esta que permeia desde o recorte que permitiu a seleção dos temas, à linguagem adotada no texto e a própria proposta, que se apresenta mais didática e menos crítica com relação aos movimentos que marcaram a história do pensamento sobre a Comunicação.

E o caráter insólito da obra já começa pela linguagem. Para quem pensa em encontrar um texto denso e difícil de ler como o da publicação de 2007, “Teorias da Cibercultura”, e outros artigos assinados pelo pensador gaúcho surpreende-se com o tom leve e didático da

⁹¹ Jornalista, mestre em Linguística e Semiótica pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Professora assistente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus de Imperatriz. E-mail: thaisabu@gmail.com.

narrativa. É uma obra para iniciantes. E isso, em nenhum momento significa dizer que seja um texto anódino, que aborde os conceitos de maneira simplificada. Pelo contrário, ao que parece, esta é a maior qualidade do livro: um olhar de apresentação e orientação para as teorias, como que instigando novas leituras, outras investigações. E o texto faz isso, vem repleto de referências e apontamentos de outros estudos adjacentes. Só a indicação bibliográfica da obra aponta para 173 publicações; além disso, a referência complementar traz ainda um acervo de outros 45 livros. Ou seja, um levantamento preciso para quem, a partir desta leitura, pretende aprofundar seu conhecimento em alguma das teorias.

Tudo isso com uma narrativa acessível, quase pedindo uma leitura distraída. Isso porque diferentemente das publicações que em geral tratam do tema das escolas de comunicação, neste livro o autor procura dar à história um tratamento de proximidade. Assim, a edição traz, também, fotografias dos pensadores principais e dos espaços físicos onde esses autores cunharam suas hipóteses. O resultado é a humanização desses personagens, que desta forma chamam o leitor um diálogo e não para uma aceitação axiomática, tão comum nas leituras desta natureza. Trata-se, por fim, de uma obra pensada didaticamente para nortear os que pretendem se enveredar por esse ramo.

A sistematização que se ensaia nestas páginas se furta ao juízo crítico, deixando-o para mais tarde, na medida em que este, a despeito de sua premente necessidade, constitui tarefa que pressupõe, antes de tudo, o esclarecimento conceitual de sua própria temática (p. 8)

Outro ponto alto dessa narrativa é que não apresenta as escolas de comunicação como manifestações estáticas e antagônicas, mas promove uma conversação entre elas, mostrando que o surgimento de uma perspectiva não exclui, temporalmente, as demais. A ponderação é importante porque mostra um ponto que, embora para muitos seja de entendimento vulgar, na maioria dos textos parecem ser ignorado; como se em determinados períodos os intelectuais enterrassem uma teoria em detrimento da outra. O livro de Rüdiger comprova justamente o contrário, ele transparece essa encruzilhada pouco rígida entre um movimento e outro. O autor comprova que essa transição paulatina se deu mais pelo foco de estudo, que pelas discordâncias propriamente ditas. Isso é importante para quem adentra nessa área porque passa a entender que não se trata de uma arena de luta por espaço intelectual, mas por foco de pesquisa, ora no emissor, ora no canal, ora no receptor ou em outro aspecto que lhe inquiete.

O recorte mostra um pouco dessa tese. Sistemáticamente “As teorias da Comunicação” está dividida em seis capítulos, que procuram sintetizar o pensamento da comunicação nas escolas a partir do ponto de vista que o autor chama de “teorias da sociedade”, ou seja, com enfoque filosófico para pensar as relações sociais. Cada um desses capítulos se subdivide em três categorias complementares, que trazem um panorama amplo de autores e distinções sobre cada posicionamento filosófico em diferentes cantos do mundo.

Assim, nessa lógica de seleção, ficaram de fora doutrinas que, na avaliação do autor, são metodologias e não teorias. Para ele “comunidades de recepção, newsmaking ou agenda setting, por exemplo, não tem significado puro” e, portanto, não estão contempladas na seleção do seu livro. Também, a partir deste critério, ficaram de fora a escola de Palo Alto, que para o autor teve como foco questões mais materiais e técnicas; e as semióticas, que na sua avaliação seriam mais uma “disciplina auxiliar” e “metodológica”. Não cabe aqui abrir uma discussão em defesa das teorias do sentido ou das demais, uma vez que a proposta do escritor era discutir as questões filosóficas sociais sua escolha parece justificada.

Uma vez entendido o critério de seleção, o livro começa com a fundamentação geral da problemática das teorias da comunicação, incluindo neste capítulo o paradigma de Shannon e Weaver, as críticas aos modelos informacionais e as novas perspectivas da área. Inclusive vale aqui ressaltar um aspecto importante dessa publicação, que é a conversa que promove com os contextos históricos, não se resumindo a uma crítica gratuita ao modelo matemático, por exemplo, em geral tratado como defasado e incoerente por boa parte dos autores que se dedicam a discorrer sobre os diferentes panoramas comunicacionais. Mais que apontar equívocos, Rüdiger explica como e porquê conseguiram tais feitos.

Os modelos para entender por que esse modelo tornou-se tão influente no campo de estudos que estamos tratando não são difíceis de perceber, quando se nota a facilidade com que permitiu esquematizar a relação entre o homem e a máquina, que desde o princípio constituiu o núcleo das principais tendências da pesquisa em comunicação. (p.22)

Nos capítulos seguintes ele vai tratar da perspectiva da comunicação interpessoal, com enfoque na Escola de Chicago e no Interacionismo Simbólico. Nesse contexto divide ainda a teoria em três momentos: o social, com Georg Mead; o período da relação com o poder, na

perspectiva de Hugh Duncan; e, por fim, no olhar sobre os meios de massa, na ótica de Harry Pross.

O terceiro paradigma que recebeu atenção do autor foi o Funcionalista. O terceiro capítulo apresenta os pioneiros e as revisões pelas quais essa teoria passou ao longo dos anos. Por fim os dois capítulos que seguem foram divididos entre o modelo Materialista, com pressupostos baseados no pensamento de Marx e Engels e, outra parte, bastante inusitada nos trabalhos sobre o assunto, trata dos teóricos da Linguagem. Sobre esse assunto dedica boa parte do texto onde ratificar a importância de Mikhail Bakhtin para os estudos da comunicação. Na sequência volta-se a explicitar o que foi e que pensavam os teóricos da Escola de Frankfurt. Já o último capítulo é voltado ao paradigma midialógico, com destaque à Escola de Toronto com Innes e McLuhan. A última etapa da obra traz cerca de dez páginas para discutir os herdeiros dessa corrente de pensamento e como ela se apresenta nos modelos atuais de comunicação.

Enfim, o livro é um guia, mas vai além, encerra uma reflexão muito pertinente de que todas essas teorias, ainda que digam muito do seu momento histórico, permitem-se ressignificar-se e renascer-se nas novas mídias, dependendo da forma como forem trabalhadas e da criatividade e embasamento dos seus pesquisadores. No mínimo estimulante.