

 <p>ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN FAMECOS</p>	<h1>REVISTA FAMECOS</h1> <p>mídia, cultura e tecnologia</p> <p>Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 31, p. 1-11, jan.-dez. 2024 e-ISSN: 1980-3729 ISSN-L: 1415-0549</p>
<p>https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2024.1.44905</p>	

SEÇÃO: ENTREVISTA

A Epistemologia da Comunicação na corda bamba: entrevista com Francisco Rüdiger

The Epistemology of Communication in the tightrope: interview with Francisco Rüdiger

La epistemología de la Comunicación en la cuerda floja: entrevista con Francisco Rüdiger

Arthur Freire Simões

Pires¹

0000-0002-4596-6306

grohsarthur@gmail.com

Recebido em: 1 jul. 2023.

Aprovado em: 25 jul. 2023.

Publicado em: 08 fev. 2024.

Resumo: Entrevista com Francisco Rüdiger, por ocasião do lançamento da obra *Epistemologia da Comunicação no Brasil: ensaios críticos sobre teoria da ciência* (2022).

Palavras-chave: Francisco Rüdiger; epistemologia da comunicação; filosofia da ciência; filosofia da técnica.

Abstract: Interview with Francisco Rüdiger on the occasion of the launch of *Epistemology of Communication in Brazil: critical essays on theory of science*.

Keywords: Francisco Rüdiger; epistemology of communication; philosophy of science; philosophy of technique.

Resumen: Entrevista con Francisco Rüdiger por ocasión del lanzamiento del libro *Epistemología de la Comunicación en Brasil: ensayos críticos sobre teoría de la ciencia*.

Palabras clave: Francisco Rüdiger; epistemología de la comunicación; filosofía de la ciencia; filosofía de la técnica.

Francisco Rüdiger (Figura 1) é um destacado pesquisador brasileiro que adquiriu seu status no meio acadêmico da Comunicação muito em função do pioneirismo em suas pesquisas, com destaque a *Origens do pensamento acadêmico em jornalismo* (2017) e *Martin Heidegger e a questão da técnica* (2014), bem como de seu trabalho como comentarista, percebido, por exemplo, nas obras *Civilização e barbárie na crítica da cultura contemporânea* (2002) e *Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural* (2004). Vencedor do Prêmio Luiz Beltrão em duas oportunidades (2000 e 2016), ele, em *Epistemologia da Comunicação no Brasil: ensaios sobre teoria da ciência*, seu mais recente volume, polemiza, com teses de importantes acadêmicos brasileiros (como Ciro Marcondes Filho e Muniz Sodré), tocando também em delicadas feridas da área.

O autor defende, ao contrário do que pretendem os tais epistemólogos, de que a Comunicação não comporta o desenvolvimento de ciência autônoma. Quer dizer, é uma área que se separou academicamente das demais — todavia, somente no sentido administrativo. A Comunicação, ainda segundo Rüdiger (2022), desenvolve-se epistemologicamente sem métodos e teorias autóctones, ao se ver forçada a os *importar* das Ciências Sociais, visando explorar interesses que, em geral, não são distintos.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, RS, Brasil.

Na obra em questão, estão reunidas versões revisadas de artigos publicados em periódicos e coletâneas durante os últimos anos, tendo, como denominador comum, o confronto e a contestação dos diferentes projetos do grupo de epistemólogos brasileiros. Além disso, também há capítulos inéditos sobre a gênese da área acadêmica de Comunicação e, ao fim, a proposição de uma alternativa teórica para a sua fundamentação. O cerne da entrevista que segue está na maneira como Rüdiger entende seu próprio papel e, em linhas gerais, no esclarecimento das propostas contidas na obra.

Figura 1 – Francisco Rüdiger realizando palestra no congresso da ALCAR, em Porto Alegre, 2012



Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

Nos últimos anos, além de desenvolver pesquisas em projetos específicos, o professor se dedicou a um conjunto de trabalhos que desembocam na obra *Epistemologia da Comunicação no Brasil* (Figura 2). Sua pretensão é de ser um *ombudsman* da área?²

Não me reconheço na figura do *ombudsman*, mas na do sujeito crítico, interessado em esclarecer uma série de perspectivas teóricas, epistemológicas, que surgiram na nossa área desde uns 20 anos, e que se apresentam, se não na forma de redenção, pelo menos como via de solução

de alguns de seus grandes problemas (até hoje não resolvidos). A questão, para mim, é avaliar essas pretensões, julgar as suas proposições, ver até que ponto elas avançam e, também, detectar seus pontos de engasgue e insuficiências, os desafios perante os quais teria fracassado. Em suma, tudo o que, à luz de suas próprias premissas, ou seja, da teoria da ciência, revela-se problemático. Trata-se de um trabalho de exposição acadêmica e de contraposição crítica ao trabalho desenvolvido por nossos colegas, feito por parte de outro, que sempre integrou a área de Teoria da Comunicação. Nos últimos anos, o termo caiu para segundo plano e passou-se a falar na “área” de Epistemologia da Comunicação. Porém, a relação mesma entre teoria e epistemologia não me parece que foi bem esclarecida pelos seus sujeitos, criadores de um projeto que, à luz da minha análise, revela-se bastante precário ou, no mínimo, discutível.

O senhor acusa o cunho doutrinário das iniciativas dos tais epistemólogos: eles interviriam de fora, arbitrariamente, no que concerne à atividade científica efetivamente desenvolvida ou praticada na área. Mas por que sua crítica não o seria? Como o senhor diferencia seu trabalho dos analisados na obra?

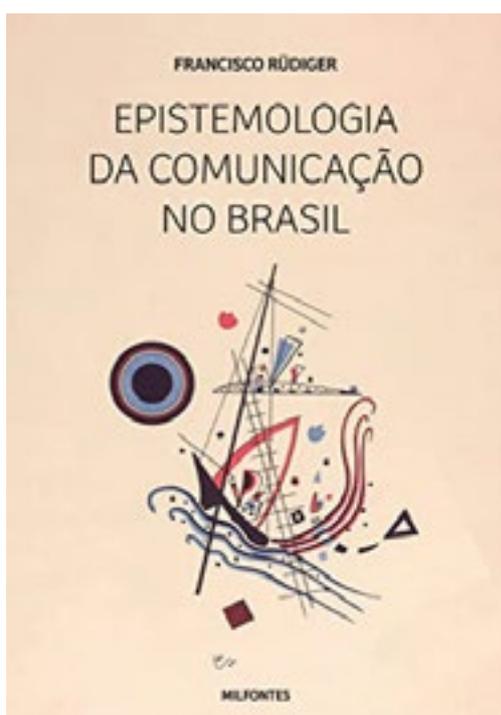
Minha abordagem não joga uma perspectiva própria contra a dos demais. A crítica só me parece forte quando evita a abordagem externa. Discute o tema desde dentro, levando em conta sua própria expressão. Quando um autor que se apresenta, por exemplo, como porta-voz do *interacionismo simbólico* é impugnado por outro, que pretende falar desde o *materialismo histórico* — temos uma crítica externalista. Assistimos a uma contraposição de doutrinas, a um *enfrentamento*, mais do que a uma *crítica*. Minha proposta, na maior parte do livro, é desenvolver um questionamento interno das teses e argumentos nele relatados. Eu examino as propostas dos meus colegas *a partir* de suas próprias premissas, de suas próprias postulações, procurando mostrar que suas teses são em si mesmas implosivas, apresentam limitações, não dão conta do que pretendem.

² O termo *ombudsman* designa uma função jornalística responsável por criticar o veículo que o contrata e, por vezes, inclusive, responder críticas e reclamações sobre o periódico em questão (Costa, 2017).

Mas a conclusão da obra indica outra direção...

No fim do volume, o texto assume outra característica: rapidamente passa do plano crítico para o propositivo. Sustenta-se uma tese, a ideia de que, havendo interesse em fundamentar teoricamente a área de Comunicação, a fundamentação não seria científica, mas tecnológica. Dever-se-ia recorrer à filosofia da técnica, em vez da filosofia da ciência. Obviamente, observa-se que, no encaminhamento concreto, essas coisas, por vezes, podem se cruzar, misturar. O principal, para mim, é manter em vista há uma diferença entre teoria da ciência e filosofia da técnica, e que a área de Comunicação ficaria melhor academicamente se sua fundamentação mais essencial fosse a segunda. Pergunta-se, no livro, se as atividades acadêmicas incluídas no que hoje se chama de "área de Comunicação" devem ter embasamento em uma teoria da ciência? Em meu ver, as tentativas que foram feitas nesse sentido fracassaram e, sempre que reaparecem, não se sustentam. Talvez seja hora de tentar algo diferente. Penso que, em função de tudo o que foi dito, valeria o esforço buscar ajuda na filosofia da técnica, no lugar da filosofia da ciência.

Figura 2 – Capa da obra *Epistemologia da Comunicação no Brasil: ensaios sobre teoria da ciência*



Fonte: Site da editora Milfontes

O professor argumenta que, pressionado pelos apelos e demandas do mercado, o corpo discente das graduações da área da Comunicação, em geral, não possui aspiração (ou mesmo vontade) de se dedicar à pesquisa científica. Os cursos teriam vocação essencialmente técnica e profissionalizante. No entanto, não é possível argumentar que as profissões (ou, ao menos, parte delas) exijam, por diferentes razões, uma formação mais intelectualizada? Afinal o propósito das universidades é ou não se ocupar disso e, assim, haver razões suficientes para que exista um esforço de intelectualizar a classe através da formação científica?

Para mim, está claro é o seguinte: jornalismo, publicidade, cinema, relações públicas, televisão, rádio, internet etc. são áreas de atividade profissional, não são áreas científicas. São áreas profissionais que admitem pouco ou mesmo não solicitam grande amparo acadêmico, no sentido científico. Quero dizer que o sujeito não será melhor ou pior profissional só por estudar ou não Ciências Sociais e, menos ainda, "Ciências da Comunicação" (até porque essa ideia de "Ciências da Comunicação" é questionada no meu trabalho). Isso não significa, por óbvio, que alguém que exerça ou pretenda exercer atividades profissionais nessas áreas não possa se beneficiar de estudos propriamente universitários, científicos, venham eles das Humanidades, das Ciências Sociais, ou das Ciências Normativas etc. Defendo, porém, que esse estudo é acessório, auxiliar e, portanto, não necessário. O publicitário, por exemplo, não é um estudioso do anúncio, ele faz anúncios, apoiando em competências que assimila sobretudo no meio profissional. Ele pode e, atualmente, deve ter um preparo profissional, de tipo técnico, mas não precisa teorizar ou se valer de conhecimentos teóricos (no sentido científico) para desenvolver uma campanha de publicidade. Falar em "publicidade científica" é algo caricato. No cinema, mais ainda: o cinema não é uma ciência. Qualquer pessoa que trabalhou em uma agência de publicidade, qualquer pessoa que faz um filme sabe que essas atividades não são atividades científicas no sentido que a Sociologia, a Antropologia e a História

o são. O historiador acadêmico vai aos arquivos, para levantar fontes, elaborar conhecimento, visando apresentar um relatório de pesquisa aos seus pares e seu público interessado, de acordo com métodos controlados pela sua comunidade científica. Os comunicadores são pautados pelo mercado e a atividade empresarial. O jornalista trabalha com carga horária, horário de fechamento da edição. O publicitário tem que entregar a campanha em determinado prazo. Os comunicadores e os cientistas sociais estão engajados em dinâmicas sociais bastante diferentes, que pressupõem competências, em um caso, científicas, e, no outro, técnico-profissionalizantes.

Qual seria a origem do desconhecimento a respeito?

A confusão intelectual existente a respeito da natureza e sentido da área acadêmica de comunicação se estabeleceu quando seus sujeitos puseram de lado os princípios que nortearam sua criação. A proposta original era criar uma área de especialização da pesquisa em Ciências Sociais em nível de pós-graduação, para os profissionais do mercado e outros interessados com alguma formação tecnológica ou científica. No correr dos acontecimentos, o que acabou havendo, porém, foi a transformação da área em matriz embasadora do preparo de profissionais para o mercado em nível de graduação. Os interessados no assunto costumam esquecer que há dois tipos de formação escolar: a profissionalizante e a universitária. À luz das tradições universitárias clássicas (originadas da Europa), na universidade, a primeira só pode entrar, em princípio, com objeto de análise ou de pesquisa e desenvolvimento. O preparo da mão de obra estaria fora de questão. A universidade é, em conceito, um local de estudo e formação de pesquisadores. A formação profissional é, em essência, preparo de recursos humanos para o mundo do trabalho, não exige (pode conter, mas não exige) formação científica. Os profissionais que quiserem ter essa formação, excelente; os que aproveitarem essa formação em seus trabalhos, melhor ainda; mas ela não é necessária, é opcional. Se ela for ruim, muito primária, pode até ser prejudicial.

Significa que ...

Por circunstâncias que não são científicas — mas de oportunidade e momento, políticas, de interesses corporativos e institucionais —, veio a se colocar a formação profissional no âmbito universitário. Justificou-se a inserção pelo complemento que a formação científica daria à formação profissional. Houve uma inversão de valores: em vez de a formação científica ser, como inicialmente pensado, um complemento da formação profissional, ela foi apresentada como seu *embasamento*. Para legitimar a presença das escolas profissionais de jornalismo e publicidade no âmbito acadêmico, encontrou-se na suposta ciência que a Comunicação teria um fundamento conveniente. Ou seja, a formação científica foi encaixada, na maior parte das vezes artificialmente, no preparo profissionalizante. Isso teve origem nos Estados Unidos. Ao desenvolver-se, as universidades que chegaram mais tarde ou tinham menos recursos e apoio inseriram várias áreas passíveis de formação profissional no âmbito universitário. Os cursos de preparo para o jornalismo começam nos EUA, e não na Europa — onde, por sua vez, surgiram os primeiros cursos de *estudos do jornalismo*, sem objetivo de formar profissionais. Na Europa, essa proposta só surgiu no final do século passado, por influência da experiência norte-americana, e ainda não está consolidada em todos os países. A Universidade é invenção social que se transforma, não é mais um espaço visando formar prioritariamente acadêmicos e pesquisadores — mas este fato não deve servir de licença para aceitarmos tudo como dado e nos exonerarmos de fazer a devida crítica.

Pode desenvolver mais, sobretudo em relação a como isso se assenta no contexto brasileiro?

Dada a situação existente hoje, o principal ou primeiro, em termos acadêmicos, seria ter clareza e discernimento a respeito. O problema se enraizou e dificilmente será resolvido desde dentro da instituição. Os interesses predominantes, fora de momentos de crise, tendem a ser conservadores. Quando instituições se enraizam, criam interesses e a transformação desses interesses, na maior parte das vezes, só acontece em atos de força

— em que, falando metaforicamente, há feridos e, às vezes, mortos. Puxando o assunto para o Brasil de hoje, significa que, apesar da crise de identidade por que passam, nas universidades federais não haverá reformas e, mesmo, perigo de fechamento dos cursos de Comunicação, como está ocorrendo nas particulares. Falo nestes termos, porque o assunto que estamos tratando, os princípios de estruturação acadêmicos e gnosiológicos dos cursos de Comunicação, tem a ver, como dito, com a realidade do mercado de trabalho e o exercício das atividades profissionais. Exemplifico: atualmente, a pessoa minimamente informada ou, pelo menos, orientada por terceiros mais experientes em relação à vida profissional, que apenas quer trabalhar como jornalista em um portal de internet ou *designer* gráfico em uma agência de publicidade, perguntar-se-á por que terá de passar quatro anos na universidade, tendo de estudar Filosofia da Arte, Sociologia do Jornalismo, Teoria da Comunicação, Estética do Cinema etc.? "Mas isso é um lustro intelectual que a pessoa vai ter!", dirão alguns. Decerto, mas nem todos concordarão; talvez alguns digam, com razão, em meu ver, que *lustro intelectual* não é coisa que a universidade possa, por si só, e deva, necessariamente, dispensar. Havendo interesse, pode bem ser adquirido fora da universidade, e de maneira menos custosa, provavelmente mais interessante e sem os compromissos e as responsabilidades que, em tese, deve-se demonstrar dentro da academia.

O cenário coloca a área toda em uma situação à mercê da infelicidade, então?

Talvez seja o caso de usar o termo [infelicidade], visto que o mal-estar não se restringe aos estudantes. O predomínio do interesse técnico-profissionalizante, geralmente malsatisfeito, é gerador de problemas para os acadêmicos propriamente ditos, os interessados no trabalho científico. Geralmente eles dão aulas para alunos que querem ser profissionais e, esses, têm que enfrentar professores que querem ser cientistas. Não vai fechar nunca. A pretensão de que a universidade vai *convencer* os jovens de que eles vão ser profissionais-cientistas, na área de

Comunicação, parece-me fadada ao fracasso. Qualquer pessoa que ponha os pés em uma redação, em uma agência, em um serviço de relações públicas, e um *set* cinematográfico sabe que ali a ciência não aparece nunca. A ciência pode aparecer no indivíduo, no sujeito isolado, que vai ter uma visão mais profunda dos problemas e que eventualmente vai dar uma contribuição mais sofisticada, mais elaborada da condução de determinada tarefa. No entanto, o conjunto das tarefas não é voltada para o conhecimento.

Na universidade, não há espaço, portanto, para se pôr grandes expectativas?

As aporias da formação acadêmica estão postas, há uma situação firmemente estabelecida. Sucessivos currículos procuram consertar erros, reduzir os prejuízos, afinar as pontas, criar uma situação mais ajustada. Mas ajustada ao quê? À universidade? Ao mercado de trabalho? Aos interesses dos estudantes? Aos interesses do corpo docente? São interesses conflituosos, discrepantes, que dificilmente vão ser conciliados, sem que sejam tomadas decisões mais graves acerca da própria organização da atividade acadêmica. Fora os problemas internos contidos nas propostas, é também este contexto que torna problemático o projeto de conferir uma fundamentação epistemológica à área de Comunicação. Conforme argumento no livro, ela, pensando bem, não tem como possuir uma fundamentação epistemológica; pode ter uma outra: talvez, tecnológica, ou seja, vir a propiciar os meios conceituais, teóricos e, em parte, científicos, para as pessoas desenvolverem, por exemplo, programas específicos para agências de publicidade, tecnologias para serem aplicadas na produção cinematográfica, ou para que os jornalistas possam dispor de equipamentos mais sofisticados mais ajustados às suas necessidades durante suas coberturas. Isso seria um ensino tecnológico, em que valeria apostar, no meu entendimento. Nesse caso, a universidade poder-se-ia valer da matemática, da Física, da Engenharia, visando aplicar esses conhecimentos para demandas específicas das atividades que caracterizam o mundo profissional da comunicação. Todavia isso, está claro, não pode

ser generalizado, é custoso, seria difícil de formar um corpo docente. A maioria dos alunos quer ser *designer*, repórter, *influencer*, quer trabalhar em publicidade e fazer vídeos, ou seja, quer coisas comparativamente muito mais simples. Querem ter uma competência profissional. Eles veem com espanto, sem capacidade de compreender, por que têm que assimilar os conceitos da Escola de Chicago, as teorias de Jean Baudrillard, as análises de Jesús Martín-Barbero, se eles, no momento, só querem trabalhar como relações públicas ou apresentar um programa de televisão? Se os cursos não visam formar pesquisadores, a maior parte deles tem que pensar nesse tipo de aluno.

Qual o espaço da "cultura geral", no sentido mais sofisticado, que esse estudante deveria ter? A universidade não poderia ser o espaço de desenvolvimento disso também?

Em meu ver, seria muito bom se todos os seres humanos o quisessem, mas não é esta a função nem do ensino profissional, nem das Ciências Sociais – e muito menos dos cursos de graduação na área de Comunicação. (No Brasil, a formação humanística, em "*Artes Liberais*", jamais marcou época, fora de pequenos círculos de classe média, e teve base, sobretudo, no velho ensino médio, muito mais do que na universidade). Grandes universidades devem, em tese, atrair estudantes mais ambiciosos intelectualmente e reunir colegiados docentes capazes de os motivar a estender seus horizontes. Sempre se fará mal à causa, se a abordagem for impositiva. Orientado por quem lhe der confiança, os estudantes de Comunicação, sendo universitários, podem e devem buscar complemento para a formação profissional onde julgam que lhe será mais interessante e proveitoso: nas Ciências Sociais, no Direito, na História, na Geografia, no Serviço Social, na Matemática, na Informática etc. Os cursos focados em temas de comunicação (mídia, na maior parte das vezes) são apenas uma, entre outras opções. Quem deve tomar a decisão, preferentemente aconselhado, é o estudante, e não um grupo de pressão determinando, dentro de uma matriz curricular, quais são os temas de formação acadêmica que ele deve estudar.

Portanto...

Sendo para manter, dentro das universidades, a área de Comunicação, o primeiro, em meu ponto de vista, seria determinar qual é a proposta da área: se ela é científica, vai preparar estudiosos dos fenômenos de comunicação (e, daí o tipo de estudo também precisará ser definido: será sociológico? Será histórico? Será antropológico? Será econômico?), ou se é técnico-profissionalizante, vai preparar profissionais para o mercado de trabalho. Prevenindo objeções, vale repetir que, neste segundo caso, além do treinamento, vai se oferecer também algumas noções e alguns conceitos, apresentar um referencial teórico mais abrangente, para talhar um profissional com o perfil um pouco mais sólido. Por exemplo: penso que quem procura a universidade para obter formação profissional em publicidade, deve, pelo menos, conhecer as linhas gerais da história da publicidade. Ninguém deve pensar em formar um estudioso da publicidade, mas preparar academicamente um profissional capaz de fazer jus ao seu diploma universitário. O sujeito deve ser capaz de entender como o fenômeno em que pretende trabalhar surgiu, como se desenvolveu, quando foi criada a primeira agência, quais são os grandes momentos da brasileira... — sob pena de ter recebido e poder atestar, sem apresentação do canudo que frequentou uma universidade. Que ele tenha de estudar o método científico e a semiótica de Peirce já é outra área. Penso no oferecimento de cursos de "cultura geral" voltados para a área de formação do profissional, sem partir da premissa que o sujeito vai ser um estudioso. Até porque a publicidade não é ciência, ela, em geral, aplica técnicas que não surgem da universidade, mas do mercado. A universidade pode investigar e desenvolver estas técnicas, assim como o conhecimento das implicações políticas e antropológicas da instituição – mas isso coloca os estudantes noutro lugar e patamar, que jamais será varejo.

Uma das objeções mais enfáticas que o senhor deu no capítulo originado da discussão com André Lemos (2016) é a pouca compreensão da crítica revelada pelo colega. Quando analisa o

texto de Ciro Marcondes Filho (2020), também aponta carências filosóficas. O senhor entende que, de modo geral, há uma defasagem no domínio de matérias filosóficas por parte de nossos teóricos da comunicação?

Geralmente os estudiosos da área de Comunicação não estudam a comunicação, mas outros temas: a imprensa, as redes sociais, filmes, campanhas publicitárias etc. Na maioria das vezes, estudam fenômenos de mídia, muito mais do que de "comunicação". O conceito não se revela operatório na prática de pesquisa com seus temas mais comuns, via de regra serve apenas como etiqueta posta aqui e ali. O caso de Ciro Marcondes Filho é diferente: trata-se de pensador que, de fato, investiu e se dedicou com seriedade ao estudo da comunicação *mesma*. Devemos distingui-lo do caso de André Lemos. Ciro tinha formação filosófica, não estava, de nenhum modo, no último período, preocupado em enfrentar questões profissionais, nem em questões de mídia (como negócio, forma de interferência na vida política, agência cultural ou ideológica etc.). Não era esse o ponto dele. Sua pesquisa era essencialmente teórica e, para tanto, estava plenamente credenciado, na medida em que era um acadêmico dotado de competência e da devida formação filosófica. Na obra multivolume *Nova teoria da comunicação* há uma investigação que não é "comunicacional", e sim filosófica, visto comunicação ser uma categoria mundana que, não obstante, também possui uma dimensão metafísica — o que ele entreviu.

Por que "categoria mundana"? Pode desenvolver?

Comunicação é mais que simples conceito, não se reduz a produto de abstração. Trata-se de uma categoria articuladora de mundo, cujo cunho é metafísico, já que não é possível vê-la ou tocá-la, só pode ser pensada, por mais que a vinculemos a situações concretas. Apesar da forma equivocada, em meu ver, Ciro teve, entre outros, o mérito de entrever que a comunicação não é uma evidência. Não há situação comunicacional em si mesma. Vemos, por exemplo: um grupo de pessoas reunidas na rua e digo

"eles estão se comunicando". Chegando perto, pergunto o que elas estão fazendo. Talvez me respondam: "estamos discutindo resultado do jogo de ontem". Ora, "discutir" o jogo de ontem, por óbvio, não é "comunicar", nem muito menos "comunicação". Os registros fenomenológicos são distintos. Algo ocorreu na noite de ontem; eles tomaram conhecimento; e estão, se confirmarem, conversando. O pesquisador é que pode afirmar: "trata-se de uma comunicação ou uma situação comunicacional". De certo modo, a ciência, a Filosofia, o outro... sempre fazem violência com a experiência. Exceto no caso de serem estudiosos da comunicação mesma (isto é, não da internet, por exemplo), as pessoas só excepcionalmente põem foco na "comunicação".

Retornando às reflexões de Ciro Marcondes Filho...

Ciro Marcondes Filho pretendeu desenvolver uma teoria da comunicação, não do jornalismo, não da publicidade. Abominava o termo "mídia" — era uma implicância histórica. Qual o interesse que os profissionais podem ter nessa aventura filosófica, que ele pretendia ser científica? Em princípio, nenhum. Não obstante, podem se interessar por ela, como podem se interessar, por exemplo, pela física quântica! Nossos interesses e curiosidade são, em princípio, infinitos. O problema, no sentido do desafio da demonstração, surge quando pretendemos que haja uma relação de necessidade entre dois termos, situações ou conceitos. Não há uma vinculação necessária entre essas duas coisas. Em geral, as pessoas procedem por colagem — o que não me parece que caiba bem nem na ciência, nem na Filosofia. Ciro Marcondes Filho se tornou, com o tempo, um pensador que, apenas por força maior, estava na área de Comunicação. Muitos lhe davam "tapinhas nas costas" e diziam que ele era o máximo; poucos realmente leram e discutiram com seriedade os trabalhos produzidos no último período. Apesar de o pensarem, a maioria de nossos colegas não tem formação teórica: são usuárias de conceitos — e não há mal nenhum nisso, se, sobretudo em eventos e salas de aula, evitarem o proselitismo ideológico e, nos trabalhos, desenvolverem bons

relatos de pesquisa. No livro, faço uma série de objeções *filosóficas* à sua teoria e, principalmente, à pretensão e à ilusão por ele animada de que essa teoria poderia se tornar fundamento da área.

Por que seria distinto o caso de André Lemos?

Com André Lemos é diferente, encaramos um pesquisador das novas tecnologias de comunicação: computadores, redes, aplicativos etc. Sua formação começa na engenharia, origina-se da prática, do manejo de *softwares*, do saber instrumental. Talentoso, reuniu o interesse a respeito, com leituras das áreas de Sociologia e, principalmente, Antropologia. Disputei em um artigo mais antigo, o mérito de suas críticas, não às teorias da Comunicação, mas a outras, oriundas da filosofia da técnica e da crítica da cultura. No livro, contesto sua pretensão de que a abordagem materialista dos meios de comunicação e as teorias do ator-rede são vias de superação dos problemas epistemológicos da área. Ciro Marcondes se colocou no plano da fenomenologia pura, para tratar teoricamente o problema da epistemologia da comunicação. Lemos recorre à Sociologia, para esquematizar nosso campo de pesquisas, movimenta-se no plano da metodologia, muito mais do que no da teoria do conhecimento. São registros discursivos distintos, que discuto com argumentos que obviamente não podem ser os mesmos, como verá o leitor dos capítulos que lhes dedico.

Uma das questões centrais nos tensionamentos elaborados no seu livro é de que os estudos de comunicação constituem uma espécie de arquipélago, carecendo de unidade conceitual e metodológica. Carecem da matriz disciplinar que os epistemológicos anseiam em lhes fornecer. Qual é o significado disso? A procura de uma identidade para campo não é produtiva?

Você toca indiretamente no ponto central, que vimos discutindo: a natureza da área. Qual é a natureza da área acadêmica de Comunicação? É, em essência, técnico-profissionalizante ou científica? Para mim, está claro: essa área se instituiu e se mantém como uma área técnico-profissionalizante. Os cursos dele integrantes existem porque há

pessoas que querem ser profissionais, não estudiosos do jornalismo, muito menos estudiosos da comunicação (qualquer que seja a abrangência que se dê ao termo). Jornalismo e publicidade, por exemplo, são profissões. Comunicação, sabem os teóricos de verdade, pode ser uma competência social, fora muito mais. Em sendo social, comunicação se aprende na convivência com os outros. Existem, claro, as técnicas de comunicação, estas que podem ser assimiladas através de um treinamento ou por conta própria, no próprio processo de socialização. O jornalismo é uma profissão, porque se identifica a partir de um determinado conjunto de técnicas. As pessoas que desejam trabalhar no jornalismo precisam dominar essas técnicas. As que não aprenderem a dominar por conta própria (lendo jornais, conversando com jornalistas, frequentando redações, acompanhando reportagens) e não conseguirem ingressar nesse mercado, podem tentar conquistar seu espaço através de cursos, seja fora ou dentro das universidades. Em meu ver, a comunicação social, cotidiana, baseada na linguagem natural, jamais será científica, a não ser que nos tornemos máquinas, como apontou Heidegger.

Em termos acadêmicos, o que isso quer dizer?

Em primeiro lugar que, se “comunicação”, falando genericamente, é uma competência social, a área deve estar nas faculdades de Ciências Sociais, pois elas dão conta dos fenômenos sociais. Em segundo que, por ser tal coisa, comunicação, ao contrário de uma de suas técnicas, que é, por exemplo, a retórica, não se ensina, é desenvolvida espontaneamente no convívio social. Nas Ciências Sociais, nós podemos estudar o convívio social, para aprofundar o conhecimento sobre como se desenvolve a comunicação nos seus diversos âmbitos e sentidos. Assim como se pode estudar também, nas ciências sociais, de onde vem as pessoas que trabalham no jornalismo, como elas trabalham, que problemas elas enfrentam, que aspirações elas têm, que influência de partidos e empresas elas recebem, se elas contribuem ou não para o desenvolvimento de algum interesse político ou social. Tudo isso, observe-se, porém, não é matéria de jornalista:

é assunto de sociólogo, historiador, antropólogo, deste pessoal que precisa ter uma formação que não é a do jornalismo. De gente que não vai ser jornalista, vai ser estudiosa, entre outras coisas, da publicidade, do jornalismo. A clareza quanto a isso me parece fundamental para analisar uma situação epistemologicamente problemática, que não se resolveu desde o surgimento da área e que permanentemente fica rondando e irrompendo nas suas discussões, nas suas análises etc.

Ao que o professor atribui, então, o fato de que determinadas matérias, ainda que profundamente diferentes, e hoje ainda difusas em outras áreas, convergiram para a Comunicação?

Vamos esclarecer o seguinte: no estudo de qualquer assunto, uma tarefa essencial é a análise desse assunto. Quando o assunto começa a ser analisado, nós, em um plano abstrato, começamos a isolar seus elementos e os colocar em lugar, teoricamente falando, distinto daqueles que ele ocupa na experiência cotidiana. Nosso interesse é obter esclarecimentos a respeito, considerando um aspecto que julgamos problemático, desde um determinado ponto de vista. As investigações reunidas em meu livro não pretendem resolver um problema científico, mas colocar termos para o esclarecimento de sua abordagem, polemizando com uma doutrina, a da epistemologia da comunicação, tal como se apresentou no cenário acadêmico brasileiro a partir da virada para os anos 2000. A área de comunicação nasceu da conjunção de diversas influências, que não eram originárias da ciência, mas do mercado de trabalho, de grupos de pressão, de acadêmicos disputando espaço com outros, de disponibilidades de apoio governamental, de financiamento privado, etc. Surgiu de uma constelação de influências, na qual a consciência epistemológica foi apenas um dos elementos e deles, os mais fracos, até porque a própria área ainda estava se constituindo. Meu estudo se ocupa apenas com este último aspecto de um processo muito maior, que não é essencialmente de ordem científica nem epistemológica, mas histórica, no sentido geral e indeterminado que se pode dar à expressão. O estudo que publiquei é um estudo analítico de um problema, eu não pretendo ter a

solução para ele. Para mim, nenhum problema pode ser resolvido teoricamente apenas. A teoria pode entrar no processo de seu enfrentamento do problema, havendo sujeitos interessados, mas a sua volta existem várias outras forças neutralizando, corrigindo as propostas de solução. Ninguém pode saber o destino da análise que realizou. A análise é uma intervenção parcial e pontual desde determinado ponto de vista sobre aquilo que é diagnosticado como um impasse existente. Soluções de problemas políticos, e estamos falando de um problema político, que mobilizam interesses, que conferem recompensas a certos partidos em detrimento de outros, jamais surgem de uma proposta teórica. A reflexão e a análise entram ou não no processo de discussão e ali vão ter seu destino. Que pode ser o esquecimento, o incentivo para novas propostas, a adoção parcial etc. O monitoramento empírico do debate é que vai nos mostrar o resultado. Não se pode cobrar do estudioso que decide examinar uma situação a solução dos problemas que ele detectou. O analista é apenas uma das influências e dos intervenientes em problemas que absolutamente jamais são meramente teóricos e solucionáveis por meio da reflexão. Em nenhum momento, me passou pela cabeça ter a solução para os problemas que discuto. O analista, o pesquisador pode apontar caminhos e perspectivas que, segundo a sua análise e, teoricamente, pode-se pensar que enfrentariam o problema — só. Os problemas epistemológicos que examinamos vêm de muito tempo e são permanentemente sendo repostos. Os projetos para resolvê-los são quase tão velhos quanto estes problemas mesmos. O fato de até hoje não se ter encontrado as bases científicas autônomas e distintas para a área é o que está em jogo, e para ajudar a entendê-lo dedico no livro dois grandes capítulos à análise de como se deu a gênese e como é que a área se instituiu e consolidou.

Qual é a alternativa?

Apresento algumas proposições construtivas na conclusão do livro, defendendo que a fundamentação que pode ter o conjunto de cursos incluído na área acadêmica de comunicação

deveria ser buscada na filosofia da técnica, em vez da filosofia da ciência, da epistemologia. No futuro, pretendo escrever obra sobre a primeira e, talvez, retome a tese. No momento, reconheço o cunho muito modesto, muito simples, ainda não aprofundado do argumento. Todavia já está claro, para mim, que o denominador comum entre jornalismo, publicidade, cinema, relações públicas e até mesmo a oratória é o fato destas atividades, mais que profissões, constituírem-se essencialmente em técnicas. Pensada histórica e ontologicamente, a comunicação humana mesma, agenciada primordialmente pelos gestos, pela *mimesis*, não tem técnica, parecem-me uma competência social. No entanto, verifica-se que elas podem e vieram a ser tecnificadas, como revelam o surgimento das gramáticas, da escrita, da oratória e todos os sucedâneos modernos. A *filosofia da técnica* pode ser vista, em boa parte, como uma forma de esclarecer o que subjaz a todas essas atividades e profissões. Penso que todos os que procuram, em um estabelecimento de ensino, formação profissional na área de comunicação podem se reunir em uma disciplina sobre filosofia da técnica, na qual vai se dizer que tudo o que elas vão fazer depende de técnicas e, a partir disso, o que vem a ser a técnica em geral e no caso especial (isto é, das técnicas de comunicação profissionais).

Pode ilustrar o argumento e o vincular às análises anteriores?

Sim. Nós, por exemplo, nascemos e vamos tomando consciência de sinais, de gestos, de expressões que os outros nos dirigem e nós, a partir do nosso próprio substrato natural, vamos mimetizando esses gestos e expressões dos outros. Nessa assimilação, os outros, de maneira não técnica, vão nos corrigindo, vão nos bonificando, vão nos coagindo também, de forma que, chegando a certa altura, que, às vezes, demorou para se estabelecer, vão nos tornando mais ou menos competente socialmente (não profissionalmente) na comunicação com os outros. Agora passemos para outro patamar. Consideremos o processo na época atual, ao, por exemplo, explorarmos o computador: ao cabo, posso vir

a descobrir, um pouco por conta própria, mas não totalmente, que existem nos programas de edição disponibilizados muito mais recursos do que eu imaginava. Por curiosidade e gosto, começo a explorar o programa e, com o tempo, a dominá-lo. Mas se um outro que, com o mesmo gosto, não desenvolveu a mesma habilidade que eu, ele pode procurar um curso de treinamento, de formação profissional, de edição de imagem. Nada impede que tenha alguém que queira estudar como surgiram os programas de edição de imagem, quem os projetou em dada época; por que, quando, quais deram certo, quais não deram e por quê. Neste caso, contudo, não se trata de um estudo técnico-profissional, mas de um estudo científico no marco das ciências sociais. Esse estudo não vai habilitar a pessoa a ser um bom profissional. Embora, um profissional possa se transformar para melhor fazendo esse estudo, mas também pode ser que não acarrete mudança alguma para ele. São aspectos independentes, que se conectam por circunstâncias.

O professor afirma em seu livro que a pesquisa, na área acadêmica de comunicação, é tecnológica, ou carece de autonomia e especificidade, podendo ser relegada teoricamente às demais ciências sociais, em especial.

Uma coisa deve ser entendida: o estudo que publiquei é um estudo analítico de um problema, eu não pretendo ter a solução para ele. Porque o problema não é resolvido teoricamente. A teoria pode entrar no processo de enfrentamento do problema por parte de seus interessados e seus sujeitos, mas existem várias outras forças neutralizando, corrigindo. Nós não sabemos o destino da análise. A análise é uma intervenção parcial e pontual desde determinado ponto de vista sobre aquilo que é diagnosticado como um impasse existente. Soluções de problemas políticos, e estamos falando de um problema político, que mobiliza interesses, que possui recompensas, premiações, custos implicados, jamais saem de uma proposta teórica. Diagnósticos teóricos entram ou não no processo de discussão e ali vão ter selados seus destinos. Pode ser o esquecimento, pode ser o incentivo

para novas propostas, a adoção parcial, enfim, é preciso fazer a análise empírica para se descobrir. Não se pode cobrar do estudioso que decide examinar uma situação a solução dos problemas que ele detectou. A análise é apenas uma das influências intervenientes no enfrentamento de um problema. Em nenhum momento, me passou pela cabeça ter encontrado a solução para os problemas gnosiológicos da área de comunicação fora do registro teórico. O analista pode, no máximo, apontar caminhos e perspectivas que, segundo a sua análise e, teoricamente, pode-se pensar que enfrentariam o problema.

Em suma, pode-se dizer...

Que o livro em foco é, em parte, histórico; noutra, bem maior, analítico; e, no final, na conclusão, é propositivo. Mas essa proposição não tem o significado político, porque isso ela só pode passar a ter, quando for encampada por outros, que tenham força, que tenham capacidade de intervir. Problemas históricos e políticos não se resolvem teoricamente nem cientificamente. Quando um problema é predominantemente de alçada da ciência natural, para não falar das disciplinas formais, aí a solução apresentada pode ter uma influência *um pouco* maior. Mas a ciência não pode pensar que só ela é farol do mundo, que não existem outros faróis piscando desde outros pontos — alguns muito sinistros e muito absurdos, que são mais fortes do que ela. A ciência faz o seu papel, destaca-se mais quando o problema é essencialmente especializado, laboratorial. Quando não é o caso, a força da razão, em havendo, é pequena. O problema de fundo examinado no livro é reflexivo, não se pensou em fazer um estudo instrumental.

Referências

COSTA, Paula. De que vale a função de ombudsman? **Revista de Jornalismo ESPM**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 39-43, 2017.

LEMOS, André. Contra a crítica abstrata. Tréplica a Francisco Rüdiger. **MATRIZES**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 67-90, 2016. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i1p67-90>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/119470>. Acesso em: 22 abr. 2023.

MARCONDES FILHO, Ciro. Reabilitando o Positivismo: Francisco Rüdiger "crítica" a Nova Teoria da Comunicação. Mas não impunemente. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 278-307, 2020. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27646>. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27646. Acesso em: 22 abr. 2023.

RÜDIGER, Francisco. **Civilização e barbárie na crítica da cultura contemporânea**: leitura de Michel Maffesoli. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2002.

RÜDIGER, Francisco. **Epistemologias da Comunicação no Brasil**: ensaios sobre teoria da ciência. Vitória: Milfontes, 2022.

RÜDIGER, Francisco. **Martin Heidegger e a questão da técnica**: prospectos acerca do futuro do homem. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RÜDIGER, Francisco. **Origens do pensamento acadêmico em jornalismo**: Alemanha, União Soviética e Japão. Florianópolis: Insular, 2017.

RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2004.

Arthur Freire Simões Pires

Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS), em Porto Alegre, RS, Brasil; graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel), em Pelotas, RS, Brasil. Doutorando em Comunicação Social no PPGCOM/PUCRS, em Porto Alegre, RS, Brasil.

Endereço para correspondência

Arthur Freire Simões Pires
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Avenida Ipiranga, 6681, Prédio 7
Partenon, 97010-082
Porto Alegre, RS, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela SK Revisões Acadêmicas e submetidos para validação do autor antes da publicação.