



Para Investigar La Comunicación

Carlos Melo¹

MARTINEZ NICOLAS, M. *Para investigar la comunicación: propuestas teórico-metodológicas*. Madri, Editorial Tecnos, 2008. 244 páginas.

Numa visão para lá de romântica, o velho Ruy Barbosa dizia ser o jornalismo a advocacia das advocacias; o jornalismo, uma missão civilizatória, em defesa da verdade, do bem-estar geral. Difícil julgar as intenções do “gênio da Bahia”, mas o certo é que eram tempos muito românticos e a imprensa de então não era pálida imagem dos meios de comunicação múltiplos, complexos e interligados online desses novos tempos. Uma sociedade informacional, em rede, que ao mesmo tempo em que democratiza a informação, transforma toda e qualquer informação em mercadoria vendável, passível de servir a interesses de todos os tipos. Ao contrário dos tempos de Ruy, não cabe mais inocência e nem lirismo: a informação – não mais somente o jornalismo – precisa de foco, entendimento sereno, senso de complexidade e abandono de todo e qualquer maniqueísmo.

Para investigar la comunicación: propuestas teórico-metodológicas (Editorial Tecno, Madri, Espanha, 244 páginas) se presta a essa tarefa: “és um libro, em consecuencia, destinado principalmente a quienes hacen investigación sobre comunicación o están iniciando su formación acadêmica com la expectativa de dedicarse al estudio científico de la comunicación (y em particular, por tanto, los estudiantes de los programas de doctorado) (...) um trabajo que permite hacerse una idea del estado actual de los conocimientos sobre una cuestión determinada y los modos de avanzar para ampliarlos o mejorarlos.” (págs.9 e 10).

Um importante projeto, realizado por pesquisadores de Espanha, vinculados a diversas universidades daquele país, associados, no Brasil, à PUC-SP por meio do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (Neamp) e à Profa. Vera Chaia. A abordagem é ampla e pluridisciplinar; percebe que o fenômeno não cabe num único (e limitado) enquadramento; compatibiliza reflexão com resgate histórico dos trabalhos realizado nessa área. Transmite a

¹ cientista político, doutor pela PUC São Paulo, pesquisador do Neamp, professor de sociologia e política do Ibmec São Paulo, autor de “Collor, o ator e suas circunstâncias (Editora Novo Conceito).



Neamp

estudantes (mas, não apenas) “la experiencia investigadora de destacados especialistas em sus respectivos campos”, suas revelações e suas inquietações para trabalhos futuros.

Que pesquisadores e quais campos são esses?

Manuel Martínez Nicolás, da Universidad Rey Juan Carlos, – também coordenador do livro – volta-se para o processo de emergência, consolidação e desenvolvimento da comunidade científica espanhola, voltada para pesquisa em comunicação. Interessante perceber aproximações e distanciamentos em relação ao Brasil. Mas, sobretudo, o esforço do autor em relacionar o tema com a evolução dos contextos social, institucional e epistemológico, de seu país; assim como localizar e ampliar mais e novas potências a respeito do tema.

Javier Callego Gallego (Universidad Nacional de Educación a Distancia – UNED), busca identificar os múltiplos problemas e interesses da audiência multimídia, enfocando, antes de tudo, a complexidade contemporânea desses meios. “Las dudas sobre la definición de la audiencia se acentúan cuando se alimentan, a su vez, de otras dudas, como son las que surgen com respecto a Internet. Si se tiene que Internet no es un medio de comunicación sino algo parecido a una convergencia de medios...” (pág. 55). Mudam os meios, mais complexos ficam, muda-se também a audiência, demonstra Callego Gallego.

Josep Lluís Gómez Mompert, da Universidade de Valência, discorre a respeito de enfoques teóricos e metodológicos da história da comunicação e do jornalismo. Negando-se a simplesmente fazer um inventário de invenções e da evolução tecnológica nesse campo, também esse autor buscará a complexidade: o significado social de cada meio, em cada época. “La historia de la comunicación debe ocuparse de la organización de la producción social de la comunicación, del estudio de la producción de significación, así como de los sistemas sociales de significación en una sociedad determinada, e incluso de las formas de construcción simbólica y social de lo que denominamos habitualmente realidad en una sociedad cualquiera” (pág.86).

José Luis Dader, da Universidad Complutense de Madrid, relaciona diretamente a comunicação à política. “Los actores e instituciones políticas compiten mediante recursos discursivos y escénicos con una intensidad inconcebible em los tiempos anteriores a la era mediática” (pág. 133). Em virtude disto, afirma que a ciência política não pode eximir-se de buscar entender a dimensão simbólico-comunicativa que hoje recobre os fenômenos vinculados ao poder e ao conflito.



Neamp

Pessoalmente, imagino o quanto a eleição de Barack Obama, nos EUA não se colocará como um excelente *case study* a respeito a utilização política de novas mídia e da “vocaçãõ” de cada ator para o uso de cada uma dela. O exemplo americano certamente virara coqueluche em todo o planeta. Estaria o planeta inteiro, no entanto, tão equiparado quanto a sociedade norte-americana? Haveria líderes entre outros povos tão naturalmente assimiláveis pelas novas mídias quanto foi, aparentemente, Barack Ombama?

Bem, voltando a José Luis Dader, o autor se permite a complexidade: especular em torno de dos problemas e das características da relação entre mídia e política, sem se eximir de apontar orientações básicas para a continuidade do estudo. Trata-se de um extraordinário texto, repleto de reflexão e referências teóricas, importantes a qualquer pesquisador – iniciante ou não – da área.

Como contribuição brasileira ao trabalho, encontramos o texto de Vera Chaia, cientista política, professora da PUC-SP, fundadora do Neamp (Núcleo de estudo em arte, mídia e política) e formadora já de uma geração de pesquisadores nessa área. Nos e oferecido um breve, porém completo, inventário do que se vem discutindo sobre o tema política e comunicação, no Brasil. Remete-se às primeiras abordagens que tangenciaram o objeto, aos estudos precursores e ao processo do desenvolvimento de grupos, centros e estudos que buscaram empiricamente compreender e explicar as relações entre meios de comunicação e política no Brasil. Aponta que “los médios, em particular la prensa escrita, desempeñan un papel fundamental para la divulgación y el entendimiento de los temas que formarán parte del debate político. De esta forma, los actores políticos acaban teniendo como referencia el padrón mediático y, con eso, se transforman – o acaban volviéndose --, en buena medida, en prisioneros de los medios de comunicación” (página 188).

Da Universidad de Sevilla, Francisco Sierra Caballero, arregaça suas mangas e propõe um olhar geral, sistêmico, político sobre a Sociedad de la información y comunicología. Uma crítica econômico-política”. A busca do entendimento de uma sociedade que nos últimos trinta e cinco anos se modernizou aceleradamente, criando, um novo modelo de desenvolvimento e econômico e compreensão política do mundo.. “A esta forma de gobernanza la denominamos Capitalismo Cognitivo”, diz.

Por fim, um texto que, talvez, nos leve de volta a Ruy Barbosa: “Periodistas – Entre la profesionalidad y el aventureirismo”, de Félix Ortega, da Universidad Complutense de Madrid, autor de uma reflexão a respeito da natureza da profissão do jornalista. “Podría



Neamp

afirmarse, en una primera aproximación, que aquello que há ganado el periodismo em protagonismo social lo há perdido (o no lo há logrado) en términos de dotarse de una estructura profesional sólida y com criterios rigurosos y autónomos”. Em virtude disto, recorrer assim à recente história espanhola para encontrar chaves explicativas do processo de construção do jornalismo naquele país. Verifica que “las condiciones profesinales anteriormente descritas se prestan a la emergênciã de un cierto tipo de periodismo [crescente em Espanha] bastante despreocupado por la informaci3n. El dar cuenta con rigor del discurrir de los acontecimientos exige un trabajo cuidadoso de verificaci3n y contraste, que ni demandan muchos de nuestros médios de comunicaci3n (puestos al servicio de causas extrainformativas)ni sirve para ejercer la presi3n de un periodismo convertido en aventureirismo político. Los grandes riesgos (en los que no pocos han caído) de la profesi3n consisten en ser *menos* que informadores o *más* que informadores”.

Como se vê, *Para investigar la comunicaci3n: propuestas teórico-metodológicas* trata de questões presentes também aqui deste lado do Atlântico. O exemplo espanhol e as boas relações que, por meio do Neamp, a academia brasileira tem estabelecido com os pesquisadores da comunicaci3n daquele país são motivos mais que eloqüentes para realizar tarefa similar. Arregacemos as mangas. *À delante*; prá frente é o caminho!