

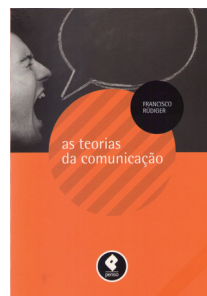
# Panorama das teorias da comunicação

Bianca Bonassi Ribeiro

**RÜDIGER, Francisco. (2011).**

*As teorias da comunicação.*

Porto Alegre: Penso. 152 p.



**Resumo:** Francisco Rüdiger ao longo do livro *As teorias da comunicação* constrói um panorama crítico sobre algumas teorias da comunicação no campo social e filosófico. O autor transcorre sobre os fundamentos da teoria da comunicação, examina a Escola de Chicago, bem como os paradigmas funcionalista e materialista. Ao chegar à Escola de Frankfurt concentra-se mais em Habermas. Por fim, conclui o livro discorrendo sobre o paradigma midiológico contemporâneo e seu impacto na comunicação e na sociedade.

**Palavras-chave:** teoria da comunicação; processos comunicativos; socialização

**Abstract: Communication theories' overview.** Throughout the book *As teorias da comunicação* (the title in English means *Communication theories*), the author Francisco Rüdiger, builds a critic overview about some Communication theories in the social and philosophical fields. The author goes by Communication's theory fundamentals, examines the Chicago School, as well as the functionalist and materialist paradigms. Once approaching the Frankfurt School he focuses more on Habermas. Finally, he finishes the book discussing the mediologic contemporary paradigm and its impact on Communication and society.

**Keywords:** Communication theory, communication processes, socialization

Francisco Rüdiger é doutor em ciências sociais pela Universidade de São Paulo e mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente, é professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e leciona também nos cursos de Filosofia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Em 2000 recebeu o prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação (Intercom). Sua obra mais recente é *As teorias da Cibercultura*, lançado pela Editora Sulina em 2011. O desfecho do livro *As teorias da Comunicação* converge com esse outro, o que demonstra a consistência do pensamento do autor.

*As Teorias da Comunicação* elabora um panorama geral sobre algumas clássicas teorias do campo da comunicação. Todo o livro foi articulado para oferecer ao leitor iniciante nesse campo uma visão geral sobre diferentes perspectivas evolutivas da comunicação em termos sociais e filosóficos.

O autor inicia com uma apresentação enfática que afirma que o livro se concentra na concepção e definição do termo *comunicação* em seu sentido sociológico e filosófico. Embora Rüdiger haja enfatizado de início que o livro se reservou o direito de excluir a comunicação *mediada e publicística*, nota-se que no final há uma reflexão da comunicação suprimida pela natureza técnica dos meios. Não obstante, Rüdiger retrata a negatividade dessa condição.

No decorrer do primeiro capítulo, Rüdiger explicita o modelo desenvolvido por Shannon e Weaver em meados do século passado, explicando sua estrutura e as razões pelas quais foi por algum tempo considerado como uma teoria geral da comunicação. Na sequência desvela-se uma crítica a esse modelo em termos de quanto ele é deficitário em termos filosóficos: trata-se de um modelo linear: captação, envio e recepção de mensagens. É também deficitário em termos analíticos: “o processo é concebido como uma série de procedimentos limitados no tempo e de componentes rigidamente separados no espaço” (p. 29). Outro déficit é o histórico, pois o modelo está segmentado no tempo e desconsidera a dimensão sociocultural da comunicação. Por fim, coloca-se o déficit hermenêutico, no qual os procedimentos técnicos do modelo excluem conceitos de compreensão, sentido e interpretação inerentes ao processo de comunicação. O capítulo termina apresentando que a comunicação não pode ser resumida em uma teoria, e sim em uma reflexão teórica sobre a comunicação na sociedade.

Ao longo de todo o segundo capítulo, Rüdiger discorre sobre a influência da Escola de Chicago no plano da teoria da comunicação. O autor reflete sobre o processo de comunicação pautado na interação simbólica que o acompanha. Essa interação faz com que haja uma mudança de comportamento na sociedade, justamente porque o foco principal está na socialização da consciência e na expansão do conhecimento. Rüdiger ressalta o fundador da Escola de Chicago, Charles Cooley e a contribuição de George H. Mead, que defende que “a vida social é um produto da comunicação” (p. 41), pois as pessoas interpretam o comportamento das outras pessoas e este é um mecanismo recíproco.

Ainda no contexto da comunicação vista como processo interacionista, Rüdiger não deixa de lado os estudos de Hugh Duncan, ao colocar o ser humano como um ser capaz de manipular os símbolos no intuito de alterar ou manter uma determinada realidade social. É como se houvesse hierarquia em termos de estrutura simbólica. O desfecho do segundo capítulo revela a diferença entre a comunicação e os meios de comunicação, em que estes últimos são decorrentes de transformações sociais oriundas de um processo de comunicação. Os meios de comunicação são os mecanismos utilizados tanto para manipular os símbolos, quanto para maximizar o conhecimento.

No terceiro capítulo, o leitor se depara com o paradigma funcionalista, no qual a comunicação passa a ser vista como a fundamentação dos processos de interação social. A sociedade se estrutura a partir de sistemas sociais que se tornam complexos e a partir de então a comunicação também se torna complexa em um contexto de reciprocidade. Rüdiger apresenta os pioneiros da perspectiva funcionalista: Lasswell e Dovifatt; posteriormente Scharamm revisou o modelo funcionalista a partir da década de 1950. Na sequência surge o modelo funcionalista abrangente, em que o processo de comunicação social entre emissor e receptor depende de mensagens pertencentes a um contexto, veiculadas por um meio de comunicação e por formadores de opinião legitimados, promovendo interações recíprocas. O terceiro capítulo é finalizado ao tratar a teoria das mídias proposta por Niklas Luhmann. Nessa teoria sistêmica os mecanismos de intercâmbio entre emissor e receptor e toda a complexidade dessa estrutura culminaram no surgimento de meios que possibilitassem essa interação. Entretanto, para Luhmann esses meios de difusão não apenas transmitem mensagens, mas se tornaram “distribuidores de estruturas de sentido e mecanismos de coordenação social” (p. 73).

O quarto capítulo do livro trata do paradigma materialista da comunicação, em que Rüdiger desenvolve os conceitos da teoria marxista, buscando explicar como o modo de produção estrutura a sociedade e, por conseguinte, a comunicação. Parte-se da premissa de que o trabalho exige cooperação e o suporte dessa relação entre indivíduos é a comunicação. Ainda no contexto materialista da comunicação, o quarto capítulo discorre sobre a posição de Bakhtin e Schaff. Para esses autores “a comunicação é mediada pelas formas simbólicas, mas essas precisam ser compreendidas [...]” (p. 87). Na medida em que ocorre essa compreensão emerge a cooperação social e as mensagens veiculam símbolos e sinais dentro de estruturas simbólicas que são produtos da história de uma determinada sociedade. O desfecho desse capítulo está na reflexão sobre mídia e revolução na perspectiva de Enzensberger e Barbrook. Partindo da premissa de que a comunicação suporta a cooperação social, eis que surge a imprensa, o rádio e a televisão, que são meios e tecnologias que em sua essência deveriam promover a reflexão. Entretanto, esses meios se transformaram em formas de padronização da consciência, devido ao fato de que o que está em jogo é o valor da informação; estamos vivendo a era da revolução informacional.

No século XX, as relações de produção dominantes não somente bloquearam o potencial conscientizador das forças comunicativas, como reduziram a capacidade interativa dos meios de comunicação [...] socializando apenas a capacidade de recepção das pessoas (p. 91).

No quinto capítulo, o autor revelou sucintamente o que foi a Escola de Frankfurt a partir das contribuições de Marcuse e Adorno. No entanto, a maior parte do capítulo está focada na segunda geração da Escola de Frankfurt, estruturada nos estudos de Habermas. Este defende que a comunicação é responsável pela interação e coordenação social sem desvincular-se do ponto de Marx em que a sociedade se divide em trabalho e interação simbólica da linguagem. Para Habermas a comunicação deve fundamentar-se em compreensibilidade, veracidade, correção valorativa e autenticidade subjetiva da mensagem, para que seja válida. Dessa maneira, a evolução social fomenta o surgimento das mídias que se tornaram sistêmicas por causa do poder e do dinheiro, fato este que, na visão de Habermas, asfixiou a comunicação. Os meios de comunicação transformaram-se em meios de controle de reprodução simbólica e estereotipada da comunicação, desassociada da capacidade de promover e discutir o mundo da vida, que caracteriza a cultura-base da sociedade.

No desfecho do livro Rüdiger desenvolve uma reflexão sobre o paradigma midiológico e sua sublimação, em detrimento da essência da comunicação enquanto processo social dinâmico. Em um contexto em que as mídias/tecnologias de comunicação tornaram-se a própria mensagem, Rüdiger resgata os conceitos de Wiener, McLuhan, dentre outros, para expor sua posição. A comunicação na era da cibernética (interatividade), a partir dos recursos tecnológicos, faz com que a sociedade perca a espontaneidade dos processos comunicativos. Isto porque dão-se apenas a troca de informações, estas por sua vez, modalizadas e racionalizadas. Nas palavras de Rüdiger (p. 121): “os monopólios de saber que resultam dessas estruturas comandam a distribuição de poder entre os grupos sociais [...]. As comunicações nunca são neutras carregam sempre uma certa tendência ou inclinação”.

O livro não é, como muitos outros, uma insípida sequência de teorias em que os autores deixam de se posicionar, mas um relato crítico em que o autor toma forte e clara posição crítica. Entretanto, talvez por cuidado e consideração ao leitor iniciante no campo da comunicação, muitos conceitos se tornam repetitivos ao longo do livro.

Bianca Bonassi Ribeiro é doutoranda em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica - SP e professora da graduação na Universidade Presbiteriana Mackenzie.

bianca@mackenzie.br