

As Razões e os Limites para se Estudar a Comunicação¹

Entrevista com Francisco Rüdiger

The Reasons and Limits to Studying Communication

Interview with Francisco Rüdiger

Las Razones y los Límites del Estudiarse la Comunicación

Entrevista con Francisco Rüdiger

Por Myrian DEL VECCHIO DE LIMA²

e Celsi Brönstrup SILVESTRIN³

Resumo

O jornalista e filósofo Francisco Rüdiger, professor e pesquisador da área de Comunicação, explana, nesta entrevista, seu entendimento de que a Comunicação é “uma senha ou um índice de um problema que emerge com os tempos modernos”, não designando uma área específica de estudo. Discorre sobre a Cibercultura como um estágio superior do conceito de indústria cultural modelado pela Escola de Frankfurt; aborda o papel da atividade de pesquisa como essencialmente formativo e individual, gerando recursos humanos mais competentes e responsáveis; critica a excessiva importância com que os pesquisadores de Comunicação enxergam a sua área; e recomenda, aos jovens pesquisadores, que se aproximem, sobretudo, da Filosofia.

Palavras-chave: Teorias da Comunicação; Epistemologia; Cibercultura.

Abstract

The journalist and philosopher Francisco Rüdiger, professor and researcher of the Communications field, explains in this interview, his understanding that Communication is “a code or an index of a problem that emerges with modern times”, not designating a specific area of study. It develops around cyber culture as a superior stage of the concept of cultural industry modelled by the Frankfurt School; it addresses the role of research as an essentially formative and individual activity, generating more competent and responsible human resources; it criticizes the excessive importance that Communication researchers attribute to their area; and recommends, to the young researchers, that they most importantly: approach Philosophy.

1 Entrevista concedida à nona edição da Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, publicação ligada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Paraná.

2 Jornalista formada pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora e pesquisadora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) e de Meio Ambiente e Desenvolvimento (PPGMade). Líder do Grupo de Pesquisa do CNPq *Click: Comunicação e Cultura Ciber* da UFPR. Email: myriandel@gmail.com

3 Relações Públicas formada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), especialista em Marketing Empresarial pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Docente sênior do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom - UFPR) na linha de pesquisa *Comunicação, política e atores coletivos*. Integrante dos Grupos de Pesquisa do CNPq *Comunicação e Mobilização Política* (PPGCom - UFPR) e *Comunicação Pública & Comunicação Política - COMPOL* (PPGCom - USP). Email: celsibs@gmail.com

Keywords: Communication Theories; Epistemology; Cyberculture.

Resumen

El periodista y filósofo Francisco Rüdiger, profesor e investigador del área de comunicación explica, en esta entrevista, su entendimiento de la comunicación como una “señal o un índice de un problema que emerge con los tiempos modernos”, sin designar una área específica de estudio. Difiere sobre la cibercultura como un estadio superior del concepto de industria cultural fundado por la Escuela de Frankfurt; aborda el papel de la actividad de investigación como primordialmente formativo e individual, que a su vez genera recursos humanos más competentes y responsables; critica la excesiva importancia con que los investigadores de comunicación vislumbran su área, y recomienda a los jóvenes investigadores que se acerquen, sobretodo, a la filosofía.

Palabras clave: Teorías de la Comunicación; Epistemología; Cibercultura.



O olhar intelectual é sempre marcado pela Filosofia ou pela História, áreas do conhecimento que repercutem na análise dos estudos da Comunicação, para a qual não vê um objeto específico. Jornalista e doutor em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP), Francisco Rüdiger, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e do Departamento de Filosofia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), tem sido um autor bastante produtivo na abordagem da epistemologia da Comunicação, nos fenômenos da cibercultura, da tecnologia e do humano. Nesta entrevista, gentilmente concedida à AçãoMidiática, Rüdiger fala abertamente sobre pontos de seu entendimento dos estudos de Comunicação que alguns pesquisadores da área consideram polêmicos.

AçãoMidiática – O senhor tem uma formação acadêmica inicial em Comunicação e História. Mais tarde aprofundou seus estudos em Ciências Sociais e em Filosofia, no âmbito de mestrado e doutorado. O que o fez enveredar, preponderantemente, para os estudos e as reflexões sobre Comunicação? E como as outras áreas contribuem em sua trajetória de intelectual da comunicação?

Rüdiger: Sempre que se tem sorte, a vida dialoga com as circunstâncias. Aproximei-me da Comunicação, no caso, do Jornalismo, interessado em adquirir uma profissão. Ao fazer um curso em que, em geral, não se estuda, agarrei-me na História, matéria pela qual desde muito cedo desenvolvi curiosidade. Depois, vieram a Filosofia e os clássicos das Ciências Humanas. A comunicação midiada e a cultura de mercado não têm sido, desde então, mais que um canteiro para reflexão e análise dos problemas de estudo do homem e da sociedade.

As fronteiras departamentais se impõem burocraticamente e artificialmente a muitas pessoas. Alguns conseguem se disciplinar e, se têm formação adequada, tornam-se bons acadêmicos. Guardo comigo algo que os adversários chamariam de *diletantismo*, e os pretensiosos denominariam de *livre pensamento*. Interesse-me por conhecimentos de várias áreas, ainda que convergentes, e creio que à reflexão filosófica cabe tentar articulá-los. O denominador comum dessa reflexão, para mim, sempre foi, junto com a História, a Crítica, uma categoria com que a era moderna estruturou parte de seu pensamento e à qual, não sei dizer como, se prenderam meus interesses como sujeito social inserido no mundo acadêmico.

Para mim, comunicação não é um termo que designe uma forma de estudo, mas antes uma senha ou um índice de um problema que emerge com os tempos modernos e que, atualmente, tomou conta de vários setores da vida intelectual. Analisar criticamente como este último processo veio a ocorrer e que implicações esse fato gera em nossa situação passou a me interessar bastante nos últimos anos, mas sempre tomei como premissa que a comunicação não explica nada, muito menos representa um “objeto” de pesquisa. Para usar uma expressão caída em desuso, comunicação foi, para mim, desde o começo, uma categoria ideológica, que precisa ser trabalhada criticamente e com a qual não há como desenvolver um pensamento relativamente livre diante do que nos sujeita nas atuais circunstâncias.

Penso que no entendimento de nossa época e, portanto, da mídia, pois, em resumo, é disso que se trata na nossa área, a categoria com a qual se deve começar ainda é a da mercadoria; isto é, a relação social baseada no princípio da acumulação de valor monetário e abstrato. A tecnologia é também importante e vem avançando, mas, como tal, em sua especificidade, ainda é subordinada e só impacta indiretamente nos fenômenos que interessam mais centralmente à nossa área acadêmica e ao entendimento da atualidade. Os estudiosos da área costumam pensar que ela se inclui entre suas especialidades, mas, de

fato, é da nossa relação com tanto que se trata em seus trabalhos.

AçãoMidiática – Recentemente (2014), pudemos ler um artigo seu⁴, publicado na revista *Famecos* (da PUC/RS), na qual polemiza, inclusive com os autores da área Luís Mauro Sá Martino e Muniz Sodré, com relação aos seus pontos de vista sobre a Epistemologia da Comunicação. Pode resumir suas argumentações neste sentido? Esse tipo de discordância entre autores, explicitada em textos, não é muito comum no Brasil, embora nos pareça saudável intelectualmente.

Rüdiger: Surge, na era moderna, a consciência de que teoria e prática de algum modo formam uma unidade, de que há uma práxis histórica, cujos problemas e dissociações cabe à reflexão analisar, na medida em que o próprio processo histórico inviabiliza a coerência entre aquelas categorias. A redescoberta da práxis pelo pensamento moderno está ligada à crescente percepção do fato de que nossa era separa teoria e prática, diluindo retoricamente a primeira na segunda e impondo à primeira um caráter cosmético. A vida acadêmica não escapa desse processo, está cada vez mais banalizada e mecânica, exceto uma ou outra área, um ou outro centro de excelência.

A Universidade, penso, passou a ter pouca influência formativa na vida do indivíduo. O mercado assumiu quase que totalmente essa função. Neste contexto, verifica-se que, ao mesmo tempo em que vai perdendo autonomia, dominada que está pelas forças e influências que o sistema social impõe, a instituição procura manter uma identidade por meio de discursos que beiram ao autismo, especialmente nas Ciências Humanas e áreas emergentes. Em meio a esse turbilhão, mas não só, claro, a atividade crítica declina. Por razões diversas, que não há como analisar aqui, encontramos agora a era da crítica em estado de ruína.

No entanto, vive-se nesta época e sob estas circunstâncias. Cada um faz frente a ela como pode e de acordo com o modo como se formou. O artigo citado, embrião de um livro em vias de conclusão, é a resposta que me senti motivado a dar a uma situação que se coloca, imediatamente, na área a que nos dedicamos profissionalmente. Irrelevante na vida e de pouca valia na fortuna da atividade acadêmica, ela me gera irritação pela pretensão vazia e indevida, a mistificação intelectual em que se baseia, conforme defendo no texto. Os argumentos que lá desenvolvo têm origem em uma reação ética a certa situação acadêmica, mas, é claro, creio se sustentarem em uma análise objetiva e bem documentada do caso. A audiência interessada julgará se esta análise tem ou não fundamento, se é ou não o caso, entre cada um dos interessados, em se insistir com o trabalho em Epistemologia “da” Comunicação.

4 Epistemologia “da” Comunicação: elementos para a crítica de uma fantasia acadêmica (v. 21, n. 2, 2014).

AçãoMidiática – Como as diferentes e principais correntes teóricas da Comunicação convergem/dialogam ou se afastam/discordam?

Rüdiger: Vocês perguntam a respeito das correntes teóricas da Comunicação, mas de que comunicação se trata? Comunicação é um termo genérico e abstrato, que admite as mais diversas definições e que ainda receberá outras tantas durante longo tempo, segundo tudo indica. Na nossa área, há, porém, pouca gente interessada de verdade em estudar “a” comunicação humana. Os acadêmicos agrupados nela desejam estudar programas de televisão, *sites* de internet, políticas de informação pública, campanhas de publicidade, recepção e audiências etc. O costume agrupa tudo isso no termo citado, comunicação, mas de fato não só é de outra coisa que se trata, mas de algo que se trata de um modo em que as teorias, sempre que comparecem, em geral não são propriamente comunicacionais.

A área trabalha com pouquíssimas teorias da comunicação *strictu sensu*, entendendo-se por tais teorias que, clara e objetivamente, se proponham a estudar a comunicação humana ou mesmo a mídia como suporte da comunicação social ou de massa. As teorias da comunicação midiada, vendo bem, só excepcionalmente são teorias da comunicação, lidando antes com termos e conceitos que remetem à política, à cultura, à sociedade etc. As disciplinas acadêmicas encarregadas do assunto, em geral, começam falando dos modelos teóricos da comunicação para, em seguida, entrar em discussões mais substantivas que fatalmente nos projetam nos campos da filosofia, da ciência política, sociologia, da antropologia etc.

As teorias da comunicação humana e social (*strictu sensu*) existem e podem ser discutidas com proveito, desde que se tenha interesse filosófico. Mas, além de marginais do ponto de vista das tendências que pautam a formação profissional e acadêmica nos estabelecimentos de ensino, pouco impacto têm na pesquisa que, eventualmente, se faz em nossa área (são outras as teorias que repercutem). As teorias da comunicação (de massa, midiada), observadas em detalhe, em geral pouco têm a dizer sobre a comunicação mesma, não estão interessadas em desenvolver o conceito – e isso não está mal, em meu ponto de vista. Os comunicólogos são muito poucos; somos, na maioria, midiólogos.

AçãoMidiática – Quais são as grandes tendências e discussões teóricas sobre a Comunicação nos EUA e na Europa? E na América Latina? O Brasil acompanha essas tendências e tem contribuído com estudos originais e importantes?

Rüdiger: Houve um tempo em que essas tendências e discussões podiam ser discernidas por “escolas”, por métodos, por problemas. Hoje vivemos uma balcanização microscópica da pesquisa feita na área. De fato, as pessoas que nela atuam não sabem,

nem estão muito interessadas em saber, o que define ou delimita, o que é ou pode ser e o que não é ou não pode ser uma pesquisa em comunicação. As teorias, só excepcionalmente comunicacionais, são empregadas pontualmente, *à la carte* e de acordo com a conveniência. A tendência é o ecletismo, se não mesmo o oportunismo intelectual. Os acadêmicos misturam o que não se poderia e passam de uma teoria para outra como quem troca de roupa, privado de bom gosto. Talvez, o tempo das grandes discussões tenha passado, não caiba mais pensar nestes termos.

Em vez de paradigmas, constatamos agora a ocorrência acadêmica de “efeitos manada”, que levam os pesquisadores a correr atrás de conceitos fetichizados e temas do momento, sem maior reflexão sobre o que está em jogo, isto é, a relevância e o alcance do que está sendo estudado. A “explosão da comunicação” tem resultado em uma terra arrasada, que mal se vê como tal, contudo, porque há muita gente correndo para onde parece haver um porto seguro, em vez de parar para pensar o que está acontecendo e responder ao momento com responsabilidade, clareza e sabedoria. Nos últimos dois anos, apenas para ilustrar o que estou dizendo, devo ter emitido uns seis pareceres sobre artigos tratando de movimentos de protesto pelas redes sociais. A repetição dos casos, a falta de originalidade na argumentação e a padronização na reflexão teórica são reveladoras da atualidade de conceitos como massificação e indústria da consciência não só na vida cotidiana, mas também na vida acadêmica.

AçãoMidiática – A Cibercultura tem sido uma de suas áreas de produção científica. Quais autores internacionais e nacionais o inspiram nesse campo onde ainda persistem deterministas tecnológicos, pessimistas aqui e acolá e entusiásticos exacerbados?

Rüdiger: Começou, com a era moderna, um avanço da tecnologia, que se estende hoje a todas as áreas da existência, embora isso não se explique por ela mesma, como pensam, para o mal ou para o bem, os deterministas. Entendo por “pensamento tecnológico”, a crença na tecnologia que surge nesse contexto, seja ela negativa, apocalíptica; ou entusiasta, prometeica e salvadora. Os partidários do determinismo tecnológico o professam e se encontram em ambos os grupos.

A tecnologia, talvez valha a pena notar, consiste, resumidamente, em uma forma de saber, não é algo em si mesmo objetivo; mas pode se tornar objeto de fé, dentro de certas circunstâncias, como as em que estamos hoje, em parte, enfiados. A cibercultura pode, nesse sentido, ser vista como um estágio da tecnocultura que irrompe na modernidade sua face plebeia e cotidiana. O fenômeno, em essência, não diz respeito à tecnologia, mas às suas emanações e apropriações ordinárias. A tecnologia sustenta a infraestrutura em que se baseiam suas manifestações, não é algo que esteja em jogo na conduta e no pensamento da absoluta maioria

de seus bilhões de sujeitos.

A tecnologia é mediação, em vez de algo concreto, manipulável, embora se encontre sempre embarcada. O substrato originário dessa mediação se encontra sempre em relações sociais determinadas, ainda que sua tendência seja a objetivação material. As pessoas a confundem com a máquina, quando a máquina é apenas sua via de concretização. No entanto, a formação de sistemas tecnológicos que os maquinismos reticulares agenciam, criam uma nova situação, que por certo tem sua autonomia e influencia na maneira como passamos a viver, mas precisa ser vista em sua dialética com processos e decisões de outra ordem, principalmente as econômicas. A tradição marxista, sempre que não sucumbe ao discurso mundano e estratégico, representa uma referência importante no esclarecimento do assunto, mas a referência essencial para pensar livremente o assunto, nos últimos anos, para mim, se tornou Heidegger.

AçãoMidiática – Considera que há na cibercultura toda uma concentração de particularidades, problemáticas e questões que irão marcar cada vez mais as teorias da Comunicação nos próximos anos?

Rüdiger: Vejo na cibercultura um estágio superior, no sentido de mais avançado tecnologicamente e mais revelador do processo, daquilo que foi chamado de indústria cultural pela Escola de Frankfurt. Cibercultura não é um termo teórico, muito menos um conceito crítico e reflexivo. Trata-se de uma designação circunstancial, que permitiu, a partir da segunda metade dos anos 1990, agrupar uma série de fenômenos emergentes, surgida com a popularização da informática de comunicação.

Talvez não seja despropositado ver nela duas tendências. A primeira é a crescente e progressiva banalidade de suas manifestações. A apropriação e exploração dos seus meios a submete mais e mais à vida cotidiana e aos protocolos que a comandam. O resultado é este novo folclore, muito dinâmico e descartável, a que mais e mais vamos nos adaptando. A segunda é a exploração futurística de suas circunstâncias, conforme se vê não apenas em obras de ficção, mas mediada com elementos propriamente tecnológicos e científicos, em projetos de desenvolvimento urbanístico, relacional, de sociabilidade e, mesmo, antropotécnico.

Nos vídeos caseiros do Youtube, nas redes como o Facebook e em *sites* como o Instagram encontraríamos os exemplos contemporâneos da primeira tendência. No cinema, na realidade virtual e nos bonecos robóticos de uso erótico, os sinais da segunda. O quadro geral, claro, é bem mais rico e variado. A cibercultura não exclui, antes o contrário, o desenvolvimento do gênio da espécie, do intelecto coletivo, por exemplo. O plano mais presente e massivo, em minha análise, está, porém, naqueles eixos cuja composição projeta em novo patamar a dialética entre civilização e barbárie, mito e criatividade, analisada pioneiramente por Adorno e Horkheimer.

AçãoMidiática – Quais outros objetos, além das mídias, vê como promissores para a pesquisa em Comunicação? E qual a relação do saber comunicacional com outros saberes?

Rüdiger: O saber comunicacional seria, em minha maneira de ver, este que hoje tensiona a especialização e expressa uma era em que o saber está a tal ponto fragmentado que, onde se apresenta, em geral só reúne poucas pessoas e em intervalos muito breves. O progresso científico e tecnológico, ainda que desigualmente, aumenta a riqueza coletiva e, aos poucos, vai aliviando a luta pela sobrevivência. A contrapartida disso é uma exoneração de nossas capacidades criativas e um afrouxamento dos laços sociais, tradicionalmente marcados pela interdependência. As pessoas são cada vez mais livres umas em relação às outras, daí o surgimento do espaço e da preocupação com a “comunicação”, mas, ao mesmo tempo, estão perdendo os estímulos que, no passado, as forçavam a desenvolver competências objetivas e, às vezes, sua arte em um ofício. A causa do artesanato eletrônico que alguns, no passado, levantaram, está se desenvolvendo sob a forma de uma cibercultura que, em escala massiva, se revela perdulária e banal, como observamos acima.

Nesse ambiente, verifica-se uma tendência à pasteurização do conhecimento, à mistura do saber com o senso comum, à colagem disparatada de informações, ao apagamento dos limites entre as várias esferas da vida, à confusão mental e ideológica – algo que sempre existiu, mas os tempos modernos e seu racionalismo tentaram esquematizar e, no caso da vertente crítica, superar em uma forma de consciência mais avançada e esclarecida. Nessa situação se encontra a matriz do que eu chamaria de *episteme* ou saber comunicacional, uma forma de manifestação da experiência da qual os discursos sobre comunicação, acadêmicos ou não, constituem apenas um segmento.

AçãoMidiática – Se formos falar em uma Ciência da Comunicação, quais metodologias lhe seriam próprias?

Rüdiger: De Ciência da Comunicação só podemos falar com alguma sustentabilidade desde o ponto de vista da cibernética. A cibernética se revelou historicamente como ciência da comunicação. Disse bem, nesse sentido, o alemão Kittler, ao defender que quem quer fazer ciência em comunicação precisa dominar física e matemática e saber a fundo das pesquisas desenvolvidas em algum campo onde se faz sua aplicação, como na pesquisa genética ou na engenharia de sistemas, por exemplo.

Quando se foca na comunicação humana *strictu sensu*, porém, a ciência experimental e, portanto, a própria ciência em sua figura típico-ideal, mas também histórica, retrocede quase completamente. A abordagem passa a ser predominantemente fenomenológica. No

caso, significa que a teorização da matéria, seu significado na experiência cotidiana, mesmo a acadêmica, adquire relevância. A comunicação humana, note-se, não tem como ser apreendida positivamente da mesma forma como se pode apreender um processo de fissão nuclear, por exemplo.

A comunicação humana, uma vez aceita como referência, se converte em condição de possibilidade de todo e qualquer estudo a respeito da comunicação e, portanto, encontrando-se às costas do pesquisador, por assim dizer, jamais pode ser objetivada com propriedade à sua frente. O progresso nesta área é, no máximo, o movimento em espiral que, a cada volta, repõe o tema de estudo como premissa da própria investigação. Para mim, este paradoxo filosófico é muito mais interessante para se pensar do que as tentativas de desenvolver uma metodologia supostamente capaz de determinar seu conhecimento. Quanto ao estudo da mídia, os métodos de estudo e as técnicas de pesquisa são os que acompanham a história das chamadas ciências humanas.

AçãoMidiática – Pessoalmente, por quais caminhos busca avançar em termos de pesquisa nos próximos anos?

Rüdiger: Finalizei há pouco uma série de estudos sobre o que chamei de era da propaganda. Intitula-se “O mito da agulha hipodérmica e a era da propaganda” (Editora Sulina, Porto Alegre). Devo me dedicar nos próximos anos a estudar a filosofia da tecnologia. Quero reler sua história a partir da reflexão crítica conferida ao assunto por Heidegger. Penso que a área fala desse assunto de uma maneira essencialmente retórica. Chegou a hora de tratá-la com mais criticismo e documentação histórica.

AçãoMidiática – O que o senhor pode dizer para um jovem pesquisador interessado em se dedicar às bases epistemológicas e teorias sobre Comunicação?

Rüdiger: Por um lado, invista na formação filosófica, dedicando-se à leitura e ao estudo sistemático de um grande pensador; de outro, providencie o máximo de conhecimento histórico que estiver a seu alcance sobre seu tema de interesse. Aprenda também a fazer pesquisa, consultando relatos exemplares, em vez de ouvir pregadores e charlatões que nunca meteram a mão na massa ou, quando o fizeram, chegaram a resultados inexpressivos. Quem deseja falar sobre conhecimento especializado tem de saber como, objetivamente, ele se produz em sua área de interesse. Depois disso, você concluirá, creio eu, que a relevância e o alcance do tópico proposto, em abstrato, têm pouco a ver com o que você desejava saber a respeito do assunto; em caso contrário, confirmada sua curiosidade por ele, afaste-se da área de comunicação, procure

outras áreas do saber, porque as questões que lhe despertam paixão pertencem à e só podem ser bem desenvolvidos em algum ramo da filosofia.

AçãoMidiática – Qual é, em sua opinião, o papel representado por entidades como a Compós, a Intercom, a SBPJor, a Abrapcorp, a Compolítica e várias outras, com relação ao avanço das discussões comunicacionais? Como avalia o apoio à área em termos de suporte financeiro à pesquisa?

Rüdiger: Deixo a resposta às perguntas aos que se dedicam ao empreendedorismo acadêmico. A questão que se coloca a mim é, antes, a seguinte: Qual é a razão para se dedicar à pesquisa na área acadêmica de comunicação? Quais são os limites do trabalho acadêmico feito na área?

Para mim, está claro que a relevância de tudo isso para o negócio de mídia, ao menos em nosso país, é e será, até onde se pode enxergar, muito pequena ou pouco relevante. (Nos Estados Unidos, sabemos, ela é maior: mas é este o caso que devemos levar em conta para desenvolver o nosso?) Será a de auxiliar nas práticas de comunicação da sociedade civil? Creio que, se podia ser assim no passado, hoje, com a mídia digital portátil e interativa, isso caducou. Os jovens que recebemos em sala de aula sabem desenvolver o assunto melhor que boa parte dos professores. Descartadas as hipóteses do gênero, o que sobra?

Para mim, a atividade de pesquisa — vamos finalizar focando nela — tem um sentido essencialmente formativo e individual, é um meio de formar recursos humanos mais gabaritados e responsáveis, capazes de intervir com mais consciência e eficácia nas suas áreas de atuação. Nessa perspectiva, o principal é o engajamento honesto, sério e interessado com a área de conhecimento e os temas de investigação. A pesquisa em Comunicação, conforme a vejo, só raramente necessita de grandes recursos. Quando se pensa nos trabalhos mais valiosos feitos na área, verifica-se que eles não resultaram de projetos vultosos, sustentados por equipes numerosas e em que se despendeu muito dinheiro. Os relatos de pesquisa ou estudo que permanecem são, em geral, os que se fizeram de acordo com o que foi chamado de artesanato intelectual pelo grande sociólogo norte-americano Wright Mills.

É vício dos acadêmicos de comunicação pensar que sua área é estratégica, mas isso de modo nenhum é o caso, em meu ver. A agricultura, milenar, e a eletricidade, moderna, apenas para citar duas realidades, importam infinitamente mais para a sociedade do que a comunicação. Sem elas, sequer há comunicação, no sentido que damos ao termo (mídia). A comunicação não se reduz, certo, a tanto; mas é, na maior parte, uma categoria ideológica, para empregar mais uma vez um conceito.

Quando se aceita esse fato, pode-se concluir que, em geral, reclamamos de “barriga

cheia” e má consciência. Mesmo no Brasil, os recursos alocados para a área são de razoáveis a generosos, sendo, diga-se de passagem, muitas vezes gastos irresponsavelmente ou com resultados insignificantes, em projetos tolos. Os fenômenos de mídia são, praticamente em todos os sentidos, cada vez mais baratos. As comunicações estão ficando invisíveis pela variedade e presença avassaladora. A pesquisa mais simples e artesanal, em vez dos projetos megalomaníacos, tem mais possibilidade de trazer benefícios para quem a financia tanto quanto quem a desenvolve, desde que feita com afincamento, competência e autenticidade.