

A SÍNDROME DE PROMETEU: um obstáculo no desenvolvimento do campo da comunicação

ANDACHT ,Fernando

Professor Colaborador PPGCOM/ UFRGS, Pesquisador do CNPq, Doutor em Estudos Latino-Americanos/ Universidade de Bergen, Noruega.

E-mail: fandacht@gmail.com

RESUMO

O texto considera uma abordagem freqüente no campo da Comunicação, a construção social/midiática da realidade, como um obstáculo para definir a identidade da área. Não obstante a existência de uma reconhecida teoria sociológica com esse nome, argumenta-se que um uso desta perspectiva na pesquisa converte uma genuína ferramenta epistemológica num artigo de fé. Em vez de uma análise científica, este construcionismo social difuso e ubíquo envolve uma atitude desmascaradora cujo intuito prático é elevar a consciência no que tange à mídia. Esta escolha discursiva é denominada aqui *Síndrome de Prometeu*. Seu efeito é a progressiva desintegração da identidade do campo devido a uma dupla redução: perda da especificidade disciplinar, por uma fusão com o âmbito sociológico, e perda da cientificidade, pela substituição da evidência do objeto estudado por um *a priori* teórico do pesquisador.

Palavras-chave: Construcionismo. Representação do real. Identidade da Área comunicacional.

1 SOBRE OS RISCOS DE UMA MODA TEÓRICA: dois efeitos do construcionismo social na comunicação

Em um texto consagrado a revistar o estado atual da Construção Social da Realidade (CSR) em diversas áreas das Ciências Sociais e Humanas, o epistemólogo Hacking (1999, p.1) apresenta um amplo e pitoresco leque de publicações que abrange o alfabeto quase na íntegra: “de A a Z”. Meu intuito não é acrescentar casos do campo da Comunicação à lista [2], senão tirar as conseqüências negativas de um uso irrestrito desta teoria que não explicita seus fundamentos epistemológicos, e que não debate as implicações de tal prática. Este trabalho tenciona expor dois riscos resultantes desse uso para a pesquisa: a) o abandono tácito do método científico em favor de outros métodos de procurar a certeza que são válidos na vida cotidiana, mas insuficientes para alicerçar a Comunicação; b) a mudança de propósito explícita, mas não assumida da procura da verdade pelo fim prático de elevar a consciência no que tange aos processos midiáticos. Às perturbações metodológicas causadas nas Ciências Sociais pelo uso banalizado da CSR, que teria virado uma moda, conforme Hacking (1999), no caso da Comunicação, acrescenta-se um prejuízo ainda maior. É a própria definição da área que fica ameaçada como conseqüência de um duplo deslocamento disciplinar. Esse obstáculo é complementar à inclinação de transformar o campo num mosaico interdisciplinar, conforme Martino (2001; 2004) tem argumentado, o que faria da pesquisa uma encruzilhada, um lugar de passagem sem objeto, método e objetivos próprios, que são os requisitos básicos para o desenvolvimento de uma disciplina. A tendência interdisciplinar é um movimento centrípeto que faz gravitar o específico da recente ciência em torno do centro do universo acadêmico, onde o âmbito especificamente comunicacional seria absorvido por ciências mais antigas, melhor estabelecidas. Na mesma direção, Braga (2004) descreve outro problema que decorre dos “trabalhos de interface”: Se o estudo da Comunicação é reunido a outra disciplina, p. ex. Comunicação e Política, a primeira tende a ser englobada pelo campo com maior

tradição de estudo. Assim, a conjunção disciplinar resulta num efeito “dispersivo” para o campo emergente.

Considero o uso maciço e difuso da CSR na literatura comunicacional um **movimento centrífugo** de diluição da identidade causado pela adoção irreflexiva, automática do modelo construcionista. O desfecho desse uso reducionista dessa teoria é a transformação de uma atividade de natureza científica em outra política ou prática: embora justa ou admirável, a tarefa de mudar o mundo através da elevação da consciência social não deve ser confundida com a procura autocrítica e sistemática de conhecimento. Estamos perante uma ação baseada em certezas, em convicções pessoais. O maior ou menor grau de respeitabilidade desta atitude não é algo pertinente para a presente discussão epistemológica do campo comunicacional.

2 BREVE CRONOLOGIA DA CSR: do nominalismo dualista ao desmascaramento oposicional

Pode resultar paradoxal começar esta cronologia do CSR com um personagem associado a um acirrado crítico dos fundamentos epistemológicos dessa doutrina, o lógico pragmati(ci)sta Peirce (1839-1914). Porém, em uma palestra de 1906, o “célebre psicólogo [William] James” (CP 5.414) [3] definiu a relação signo e realidade em termos que serão re-visitados até nossos pós-modernos dias, que desfrutam de grande aceitação, e que pouco têm a ver com a doutrina da semiótica pragmática. Na seguinte descrição da realidade não é difícil perceber o pressuposto neokantiano de James, a presença da inacessível coisa em si mesma:

Nós podemos entrevê-la [a realidade], mas nunca podemos segurá-la; o que seguramos é sempre algum substituto dela, que algum pensamento humano prévio tem peptonizado e cozinhado para nosso consumo. Se uma expressão tão vulgar nos fosse admitida, nós poderíamos até dizer que onde quer que a encontremos, ela já tem sido *adulterada* [*faked*] (JAMES, 1963 [1906], p. 109, grifo do autor).

Após esta sinopse, introduzirei uma alternativa semiótica à concepção nominalista que considera signos e realidade para sempre divorciados, em vez de integrados numa continuidade natureza-cultura, conforme o modelo triádico de Peirce. O próximo ingrediente no bolo construcionista é aportado pela figura fundacional da CSR, conforme Hacking (1999, p.19), o sociólogo alemão Mannheim (1967). [4] Num artigo de 1925, descreve uma atitude peculiar da modernidade que seria herdeira da análise marxista da sociedade, “a desmascaradora mudança de mentalidade” (20). [5] A tradução inglesa de “ *unmasking turn of mind* ” de Hacking indica com maior clareza a inclinação a revelar a dimensão existencial oculta por trás de idéias teóricas, que funcionam como a fachada de interesses ideológicos, ou “extrateóricos”, segundo Mannheim (1967, p. 21). A Sociologia do Conhecimento é o resultado de radicalizar a

emancipação começada pelos humanistas através do questionamento da tradição, dos discursos autorizados da religião e da monarquia:

Essa é uma mudança de mentalidade que não visa a refutar, negar ou colocar em dúvida certas idéias, porém, antes de tudo, a desintegrá-las - mas, de tal forma, que toda a concepção de mundo de um estrato social se desintegra simultaneamente. (MANNHEIM, 1967, p. 20).

Atingimos assim o clímax deste relato sintético da epistemologia construcionista. Num modesto texto de 1944, resumo de sua monumental obra sobre os símbolos, o filósofo alemão Cassirer, em sintonia neokantiana como James, declara inválidos os signos em seu papel de guias para um relacionamento confiável com o mundo exterior. Sua doutrina será adotada com fervor por comunicólogos que, talvez, nunca a leram, mas que aprenderam a lição através de suas repercussões na epistemologia pós-moderna:

O homem não pode mais confrontar-se com a realidade imediatamente; não pode vê-la , por assim dizer, frente a frente. A realidade física parece recuar em proporção ao avanço da atividade simbólica do homem. Em vez de lidar com as próprias coisas o homem está, de certo modo, conversando constantemente consigo mesmo. [...] não consegue ver ou conhecer coisa alguma a não ser pela interposição desse meio artificial. (CASSIRER , 1978 [1944], p. 48).

De modo inequívoco, Cassirer afirma nesse texto que a mediação só pode nos afastar perversamente do real, [6] da verdade, para conduzir-nos pelo frustrante caminho das ilusões, de uma interminável e protéica miragem simbólica. Há aqui um eco intelectual talvez involuntário da tese que sataniza a imagem mental, e as imagens em geral, que Sartre (1940) formulou quatro anos antes: em vez de serem representações analógicas do real, as imagens o vampirizam, extraem sua vitalidade para nos iludir. Vagaríamos assim num letal deserto icônico.

Basta um exemplo do campo comunicacional atual para confirmar a influência indireta e poderosa dessas idéias meio século depois. Logo após fazer um veemente elogio do formidável acesso fornecido pela tevê, Duarte (2003) parece contradizer-se quando descreve a grande “frustração” causada por este meio por reduzir “o real ao discurso”, e fazê-lo na “superfície artificial do vídeo”. Ela conclui que “afinal, os textos-programas não são o ‘real’[...] o mundo não é a única fonte a partir da qual a televisão constrói realidades”. Construir, transpor, inventar, constituir, produzir ou gerar a realidade, são alguns dos termos mais usados na aplicação da CSR na Comunicação. Tais noções são manifestações contemporâneas de uma epistemologia que teve seu auge na Idade Média: o nominalismo dualista. Um resumo dessa doutrina do conhecimento é fornecido por Hacking (1999, p. 83): “Fazemos nossas fracas representações deste mundo, mas toda a estrutura que podemos conceber acha-se nas nossas representações”. A ênfase na artificialidade dos signos, tecnológicos ou naturais

- Cassirer inclui todas as práticas simbólicas - é um argumento nominalista necessário para negar o acesso mediado ao real, à verdade através da única forma que temos para conseguir este precioso contato, i.e., os signos, na semiótica naturalista e realista de Peirce. [7] Ele define o dualismo como uma doutrina lógica que “realiza suas análises com um machado, e deixa como os elementos finais pedaços não relacionados de ser” (CP 7.570). O modelo semiótico não dualista desfaz o irreconciliável divórcio entre cultura e natureza, descrito por James e Cassirer, e pressuposto na “oposicionista” Sociologia do Conhecimento de Mannheim, como a justificação última da empreitada desmascaradora das aparências produzidas pelos signos.

Estudos do campo comunicacional sobre como a tevê (DUARTE, 2003; SOUZA; LEAL, 2004), a fotografia (KOSSOY, 1999), o documentário (LINS, 2004a,b), e o universo inteiro da midiatização, o “bios midiático” (SODRÉ, 2002), constroem a(s) realidade(s), adquirem um novo sentido se considerarmos que nenhum desses trabalhos acha necessário explicitar e menos ainda problematizar os pressupostos epistemológicos nos quais eles parecem se basear. [8]

Para fugir do ceticismo epistemológico dualista que nega a possibilidade de acesso confiável ao real, a semiótica de Peirce propôs a “doutrina de percepção direta e representativa” (RANSELL, 1986). Ela sustenta a concepção triádica da representação, que compreende o existente (índice), o possível (ícono) e o geral (símbolo). [9] O próprio do símbolo é ser geral. À diferença das teorias nominalistas, que concebem o signo desvinculado da realidade ou em relação individual com ela, em Peirce “o geral é real e não depende da particularidade da experiência, embora só se dê à mente no embate com alguma manifestação sensível” (SILVEIRA, 2003). A circulação sgnica não tem dentro nem fora, porque “a homogeneidade das categorias quanto à interioridade e à exterioridade impede que epistemologicamente se oponha a qualquer representação um resíduo de mundo incognoscível” (IBRI, 2000, p. 43). Em 1868, Peirce (CP 5. 283) oferece uma metáfora que ilustra o funcionamento triádico da ação dos signos:

Sempre que pensamos, temos presente perante a consciência algum sentimento [*feeling*], imagem, concepção, ou outra representação, que serve como um signo. Mas segue-se da nossa própria existência [...] que tudo o que está presente para nós é uma manifestação fenomênica de nós mesmos. Isto não lhe impede ser um fenômeno de alguma coisa exterior a nós, tal como o arco-íris é ao mesmo tempo uma manifestação tanto do sol como da chuva.

Eis uma síntese balanceada do representacionismo simbólico e do apresentacionismo próprio dos ícones, que contrasta com a visão neokantiana de James. Esse modelo epistemológico não envolve a depreciação dos signos. Evita-se um resultado tão frustrante como o suplício de Tântalo: segundo os pioneiros da CSR, os signos estão lá para colocar o mundo a nossos pés, mas isso é só uma miragem, um

engano, apenas uma ilusão. A epistemologia semiótica e triádica pressupõe o contrário: é a realidade mesma que pugna por revelar-se como ela é - em seus aspectos qualitativos, factuais e gerais - através dos signos. Apesar de nossas humanas limitações como intérpretes, de nosso “contrito falvilismo” (CP 1.14; 1.148), apostamos nossa vida a descobrir gradual e incessantemente as leis da realidade, que é como é além de nossas opiniões e intenções. [10]

3 SÍNDROME DE PROMETEU: a tarefa titânica de desmascarar a ilusão de realidade construída

Portanto, saber o que é a realidade... Bom, se eu acreditar que Deus fez os meus olhos para que eu visse a realidade tal como é, isso seria estupendo, mas como sabemos que não é assim, não vale a pena estarmos perdendo tempo com isso. José Saramago, no filme *Janelas da Alma* (SARAMAGO, 2002, entrevista).

Basta uma breve observação de publicações recentes de pesquisadores da Comunicação para conferir neles a exuberância de um uso particular da construção social (e midiática) da realidade. Na obra consagrada ao tema, Hacking (1999, p.12) oferece uma representação esquemática do modelo teórico que já virou fórmula popular para abordar o conhecimento na vida cotidiana e na ciência: as pessoas falam que *X* é construído socialmente, *se e apenas se* “No estado presente das coisas, *X* é tomado como um dado; *X* parece inevitável”. Os outros requisitos são que *X* seja considerado negativo pelo pesquisador, i.e., que o mundo seria um melhor lugar, se *X* fosse questionado e inclusive suprimido. Por isso é tão tentadora a escorregadela da finalidade científica para fins práticos, políticos, que vão do reformismo à revolução, passando pela ironia e pelo desmascaramento.

Este é um bom momento para explicar o título do presente texto. Por quê incluir Prometeu num trabalho sobre a Comunicação? O titã que criou nossa espécie, na mitologia grega, representa “o acordar da consciência, o amadurecimento do homem livre que deixou de ser uma criatura dependente, o princípio da intelectualização.” [11] O belo gesto de trazer a luz roubada dos poderosos para libertar os oprimidos na escuridão da ignorância funciona ainda como uma imagem de ação social fascinante para nosso campo. Como espero demonstrar aqui, o antigo mito descreve os pesquisadores da Comunicação quando esses agem mais como neo-humanistas do século XXI do que como cientistas sociais, e aplicam uma versão não problematizada da CSR. Um exemplo paradigmático da atitude que descrevo aqui como *Síndrome de Prometeu* (*SDP*) acha-se numa entrevista do documentário *Janelas da Alma* (SARAMAGO, 2002), cujo tema é a visão humana e seus obstáculos. Um dos entrevistados estelares do filme, José Saramago, traz uma reminiscência de sua juventude:

Eu ia muito à ópera no São Carlos, no teatro de Lisboa. [...] e ia sempre ao banheiro na parte de cima, onde via uma coroa, quero dizer, o camarote real, que começava embaixo e ia até lá em cima, e fechava com uma coroa, uma coroa dourada, enorme. Coroa esta que vista do lado da platéia, dos camarotes... era uma coroa magnífica. Do lado em que nós estávamos não era, porque a coroa só estava feita entre as quatro partes, e dentro era oca, e tinha teias de aranha, e tinha pó. E isso foi uma lição que eu nunca esqueci, nunca esqueci essa lição. É para conhecer as coisas através da volta, dar a volta toda.

Eis a 'lição' de Prometeu: a intervenção do esforço intelectual por "dar a volta toda", para mudar nossa visão de X , que é algo injusto, mas que aparece como inevitável, quando X é contingente, histórico, e, portanto, mutável. O discurso comunicacional regido pela SDP torna patente a contingência não evidente de X para elevar a consciência, e, assim, destruir o ponto de vista ingênuo e acrítico da sociedade. [12] O grande vilão nessa operação é o menosprezado senso comum; nem sequer as contorções retóricas de alguns teóricos construcionistas conseguem evitar este desprezo do popular. [13] O processo de elevar a consciência não requer um método científico, embora use algum dos quatro métodos históricos de fixar a crença (CP 5.355). Neste trabalho, argumento que a teoria científica clássica da CSR (BERGER; LUCKMANN, 1966) transformou-se no campo da Comunicação num modo de agir prático, cujo princípio é uma convicção prévia. Tal procedimento se opõe à procura científica da verdade, que se submete unicamente à evidência, e não à preferência ou à opinião do pesquisador.

"A fixação da Crença" (1877) é um dos textos fundacionais da epistemologia anticartesiana. Nele, Peirce apresenta uma sinopse dos quatro métodos através dos quais a humanidade procura suprimir "a irritação da dúvida" que nos impele a atingir uma crença e agir segundo ela até uma nova hesitação. Tenacidade, autoridade e a escolha *a priori* de uma crença são os três métodos usados habitualmente na vida cotidiana. Para que uma crença não dependa de convicções coletivas ou individuais é necessário achar um método "através do qual nossas crenças não sejam causadas por algo humano, mas por uma permanência externa" (CP 5.384). Isto é o que define o método científico. A pesquisa deve se submeter só ao objeto pesquisado, para que seja esse quem determine o modo adequado para investigá-lo. Qualquer raciocínio que não obedeça a essa causalidade não pode levar o nome de científico. Isto não significa que suas conclusões não sejam interessantes, ou que não ofereça esclarecedoras reflexões, como acontece com a fala de Saramago, e também com os exemplos da próxima seção extraídos do campo comunicacional. Porém, tal discurso não faz parte da Comunicação. No seu sólido texto, Sodré (2002, p. 26, grifo do autor) fornece um exemplo da passagem do quarto método de fixar a crença para o terceiro, o do *a priori*, quando assume a CSR como premissa evidente: "Na verdade, há muito tempo se sabe que a

linguagem não é apenas designativa, mas principalmente *produtora* de realidade.” Eis um subsídio básico da SDP: as palavras (e as imagens) não representam, mas produzem, criam, inventam e falsificam, conforme vimos em James e Cassirer, a realidade exterior. Uma pergunta necessária, porém, é como ou por quê acontece tal *produção*, um sinônimo da construção (social e midiática). Sem uma explicitação escorregamos para o método que se baseia numa preferência do pesquisador, que Peirce chama *a priori*, como acontece, de fato, no uso da CSR no campo da Comunicação.

A próxima ilustração da grande força persuasiva da CSR é fornecida por uma análise de um recente filme documentário brasileiro. No início de um texto dedicado a analisar um documentário, Lins (2004b) anuncia que ele não é tradicional, por ser a obra de alguém que “decidiu solicitar [o passaporte húngaro] e filmar todo o processo, não importando o que acontecesse.” Por esse motivo, o filme está “*obrigado a incluir* acasos, imprevistos, e imponderáveis na sua própria feitura”. [14] Não é difícil para o leitor concordar com esta classificação. Não obstante, a conclusão que Lins extrai logo se afasta do quarto método, e se instala no âmbito dos outros três métodos descritos por Peirce: “Portanto, não se trata como nos documentários mais tradicionais, de uma situação que pré-existe ao filme, mas de uma realidade que vai sendo criada no ato de filmar”. Não é fácil aceitar tal conclusão, se não se tomar como certo o construcionismo; a não menção deste pressuposto pode dever-se ao uso generalizado dele. Só dentro desse marco epistemológico é viável concluir que o que foi descrito como um fiel registro (“obrigado a incluir”) do real que está fora do filme, essa particular burocracia que preexiste a ele, que não foi encenada nem ensaiada para a filmagem, é uma *criação* fílmica da realidade. Em um sentido corriqueiro, que não afeta as observações aqui feitas com respeito à epistemologia desse trabalho, a situação filmada é o resultado da procura pessoal da realizadora, que exerce os dois papéis, filmadora e filmada, porque o assunto pertence a sua própria vida. Isto não significa, porém, que o filme *crie a realidade*, e sim que o real filmado envolve a vida privada da realizadora. Se ela não tivesse uma câmera, o processo burocrático aconteceria provavelmente de modo análogo, essa é justamente a razão de ser do documentário. Se descobríssemos que tudo foi encenado para obter um maior impacto audiovisual - com atores e roteiro - o espectador ficaria desapontado, e a analista Lins não teria escrito o artigo, ao menos não desse modo.

Por quê não descrever o documentário considerado como uma representação icônico-indicial do real, nos termos que Peirce propõe para analisar a relação existencial e qualitativa entre o signo e seu objeto? Então, como descreveria a autora uma ficção? Não consiste a ficção precisamente numa liberação das obrigações com o que existe, graças à imaginação? A ficção permite ter a visão de uma realidade que não teria existido nunca sem a filmagem. Só uma extrema obediência ou aceitação tenaz da fé construcionista pode explicar este procedimento discursivo. A própria Lins escreve

nesse texto que há uma *obrigação* do documentário de incluir tudo o que possa acontecer nessa experiência, isso significa que a criação fílmica de uma realidade não lhe seria permitida ao realizador, depois de adotada essa decisão. Nisto seu trabalho assemelha-se, parcialmente, ao de uma cientista que, na sua pesquisa não pode suprimir o que ela achar que vai contra sua hipótese.

4 NEM TUDO O QUE REGISTRA É DOCUMENTÁRIO: a construção melodramática do nordestino

No início, aponte dois riscos decorrentes de um uso implícito das premissas do construcionismo na Comunicação. Corresponde examinar aqui o abandono da procura científica da verdade em favor de um propósito prático. Para isso, considerarei um trabalho comunicacional (BALTAR, 2004a) no qual se percebe com nitidez a atitude desmascaradora, que procura tornar patente um projeto político-ideológico oculto num processo comunicacional de aparência inocente e documentária. Descrevo essa atitude discursiva como típica da SDP, por causar um movimento centrífugo que desloca o projeto de uma disciplina científica para um âmbito de opinião e de (potencial e desejada) ação social.

Um objetivo típico dos estudos da CSR é revelar a contingência e os prejuízos causados por *X*, onde *X* é, p. ex., o conceito de “mulheres refugiadas no Canadá”. [15] Para desmascarar um conceito como esse, não se deve refutá-lo, senão denunciar a arbitrariedade dessa idéia classificatória. Quando se trata da construção *midiatizada* do real, *X* pode ser um gênero, no caso analisado, a própria idéia do documentário. O objetivo desse trabalho é desmascarar o conceito de “representação da realidade fílmica”. Essa operação intenta modificar a interpretação de senso comum do espectador. Para conseguir mudar a relação do público com *X*, é necessário supor que ele é incapaz por si mesmo de perceber algo que estaria dissimulado sob os signos superficiais. Sem a intervenção prática, mais do que científica, articulada no texto escolhido, a visão do espectador continuaria sendo passiva, acrítica e dócil.

Em outra análise de pendor teórico, Baltar (2004b, p. 152) explicita seus pressupostos construcionistas. À pergunta “qual é o estatuto da representação?” no gênero documentário, [ELA] responde que a “subjetividade de qualquer enunciação” e a falta de “marcas explícitas que garantam a presença de um real mais que perfeito [...] elevado ao estatuto de verdade absoluta” fazem com que “o argumento que embasa a utopia da representação da realidade [seja] falho”. O que falta discutir aqui é algo que é tomado como certo, i.e, a suposta impotência dos signos audiovisuais para representar o real sem peptonizá-lo (JAMES, 1963), ou sem isolar-nos no solipsismo de um eterno desencontro com o mundo exterior (CASSIRER, 1977).

Baltar (2004a) fornece uma detalhada descrição do documentário *Passageiros* (Brasil, 2000) que inclui imagens, sons e depoimentos relativos à condição desoladora dos migrantes nordestinos na Rodoviária de São Paulo. Em seguida, surge a pergunta desmascaradora por excelência: “qual a função narrativa dessa seqüência?” A autora não refuta o conceito “documentário”, ela não se dedica a reunir evidência para afirmar que essas imagens sejam encenadas, nem que se trate de uma ficção com atores, com papéis distribuídos e com uma Pastoral dos Migrantes inventada para o filme. Ela tenciona revelar algo alheio à proposta fílmica, à convicção tácita do espectador de assistir ao registro fiel daquilo que aconteceria de qualquer modo no mundo não filmado. Assim como a sociologia mannheimiana fundadora do construcionismo procura a “destruição extrateórica da eficácia” da teoria (1967, p.21), o trabalho de Baltar revela e destrói os propósitos ocultos no gênero do filme estudado.

Melodrama e ideologia política parecem, a simples vista, não ter muito a ver com a proposta de *Passageiros*. Porém, a conclusão da autora é que o efeito de sentido principal do filme, em virtude das estratégias melodramáticas - música e cenas sórdidas - e da aparente objetividade do registro audiovisual desse mundo de misérias, é “a costura do sentimento de piedade e a fixação da política assistencialista como sendo a marca da migração”. Tal discurso é o equivalente acadêmico da SDP ilustrada por Saramago. Também “é para conhecer as coisas através da volta” que Baltar escreveu seu texto. Em vez de representações fiéis da vida real do migrante nordestino na metrópole paulista, que podem nos emocionar como aconteceria na vida real, o filme teria construído com estes signos uma realidade ilusória, “adulterada”, nos termos de W. James. O pressuposto construcionista e desmascarador é que imagens e sons não podem ser considerados representações verdadeiras do mundo exterior. O que faz da representação documentária uma utopia é “o estatuto de autoridade” (BALTAR, 2004a), [16] cujo real objetivo não seria apresentar imagens do mundo, mas impor uma ideologia. “Digressões sentimentais” e “tom de objetividade” conduzem “melodramaticamente as interpretações autorizadas propostas pelo discurso fílmico”. Eis as duas cabeças da temida hidra do senso comum: a curiosidade natural e a disposição para as emoções fáceis (“a ilusão de *sabermos* o que é ser analfabeto”; “para que *sintamos* a posição de marginalidade”). Pela afetividade ou pela razão seríamos vítimas de um auto-engano catalisado pelo filme, que não pertenceria ao gênero aparente, senão ao da propaganda melodramática. Da perspectiva da SDP, o documentário atua como um mesmerizador poderoso; impõe-se a missão prática e política de acordar as pessoas elevando suas consciências com a luz desmascaradora. Qual o efeito procurado por estas ilusões que são desmascaradas através da construção social de X? Uma contra-pedagogia, uma aprendizagem sobre as ilusões negativas, que atentam contra a pessoa e as fazem consumir sonhos danosos. O intuito da SDP é mudar nossa relação com o documentário, para considerarmos X de um ângulo diferente,

idealmente oposto ao habitual. Segundo Baltar, o filme *Passageiros* teria, assim, construído midiaticamente um migrante nordestino e seu entorno não para mostrar sua forma de vida real nessas circunstâncias, mas para gerar ideologias concretas através de comoventes ilusões. Mais que de um documentário tratar-se-ia de uma discreta e persuasiva defesa do *status quo*, do Estado assistencialista, que procura que nada mude muito, e que a injustiça social continue apenas aliviada por grupos caritativos, e por nossa piedade fácil, melodramática. A lição a ser extraída aqui é que não basta sentir ternura, não é sequer bom sentir empatia pelas vítimas sociais do filme. Deveríamos nos opor com firmeza e nos revoltar contra esta situação, e não contribuir passiva e docilmente à existência de tal sociedade. Esse efeito revolucionário é o estágio final do uso prático da análise construcionista, segundo Hacking (1999, p.19).

5 A IDENTIDADE COMUNICACIONAL À MERCÊ DE FORÇAS CENTRÍPETAS ECENTRÍFUGAS

Como conclusão de meu percurso do caminho da CSR na Comunicação, salientarei mais uma vez o paralelismo entre as conseqüências negativas do uso de uma forma reduzida e implícita de uma teoria de outro campo, por um lado, e as da “visão interdisciplinar” (MARTINO, 2004), e as dos “trabalhos de interface” (BRAGA, 2004), por outro. Observo a influência de duas forças que bloqueiam o desenvolvimento da Comunicação como disciplina autônoma. Um *movimento centrípeto* resultaria da inclinação interdisciplinar (MARTINO, 2001; 2004) que atenta contra a especificidade do campo porque o conduz para um imaginário centro no mapa das Ciências Sociais/Humanas (CHS). Num sentido análogo, Braga (2004) explica como tal perspectiva causa um efeito “dispersor”, porque “facilmente os objetivos ‘comunicacionais’ se permeiam em outros objetivos e processos [...] se diluem solicitados por outras questões de relevância na prática social ou nas abordagens disciplinares de outras CHS”. Com o presente trabalho quero acrescentar que o comportamento do campo descrito como *Síndrome de Prometeu* gera uma força simétrica e oposta igualmente destrutiva: uma tendência centrífuga que leva a Comunicação a sua dissolução como atividade científica, porque transforma a pesquisa em crítica social ou em ação política.

A operação discursiva centrípeta consiste em uma procura, consciente ou não, de maior legitimidade baseada nas conquistas das ciências mais antigas do humano. A operação centrífuga permite inferir uma insatisfação ou angústia no que tange ao papel insuficientemente definido do pesquisador da comunicação: oscila-se entre o temor de ser apenas um agente domesticado pelos poderes econômicos da mídia (p. ex. a pesquisa administrativa do funcionalismo histórico), e a frustração de permanecer restrito a uma contemplação filosófico-estética de um novo “jogo das contas de vidro” [17] na era eletrônica.

Minhas objeções com respeito à construção midiática do real baseiam-se no requisito fundamental da CSR, qual seja, “no atual contexto, X é tomado por certo; X parece inevitável” (HACKING, 1999, p.12). Se nesta fórmula substituirmos X por “CSR”, compreende-se que tal abordagem tem se transformado, em alguns contextos, num obstáculo para o conhecimento científico, porque já não se percebe a natureza contingente, histórica desta perspectiva. Nos exemplos considerados, e em muitos outros da literatura, este uso implícito e, portanto, não problematizado dessa teoria pode levar a

- a. o abandono do método científico para adotar outros de modo tácito, em particular o método *a priori*, que transforma a escolha teórico-metodológica numa preferência subjetiva, a qual não resulta da determinação do objeto pesquisado;
- b. instaurar o desmascaramento da ideologia oculta nos processos midiáticos como objetivo prioritário e excludente, que leva a deslocar o propósito científico para outro de natureza prática, qual seja, elevar a consciência social.

A solicitação de uma moratória para o construcionismo generalizado no campo (Campo Comunicacional) propõe como contrapartida a inclusão de uma epistemologia baseada no “senso comum crítico” (CP 5.439). É preciso problematizar os pressupostos nominalistas e dualistas que funcionam como pano de fundo em trabalhos da Comunicação que arriscam deixar de sê-lo. Para ponderar uma epistemologia da Comunicação que questione a validade do suposto divórcio inconciliável entre realidade e signo, é útil a contraposição com um modelo alternativo. A semiótica triádica de Peirce postula uma relação de continuidade entre o mundo e suas representações, como na imagem do arco-íris (CP 5. 283). Tal epistemologia não resulta de um “simplório positivismo, mas de um senso comum crítico” (COLAPIETRO, 1998, p. 125). Uma atenção minuciosa às aparências e “à experiência prática” (COLAPIETRO, 1998, p. 125) dos intérpretes, torna possível uma abordagem fenomenológica do comunicacional que se contrapõe à força centrífuga causada pela SDP, e poderia fazer maior justiça ao específico do objeto, do método e dos objetivos do campo.

ABSTRACT

The text considers a frequent approach in the area of communication studies, the social/media construction of reality, as being an obstacle in the task of defining the identity of this area. Notwithstanding the existence of a well known sociological theory with that name, it is argued that a certain use of that perspective in research turns a genuine epistemological tool into an article of faith. Instead of being a scientific analysis, this diffuse and pervasive social constructionism involves an unmasking attitude whose practical goal is to raise consciousness in relation with the media. Such a discourse choice is called here the *Syndrome of Prometheus*. Its effect is the progressive effacement of the identity of the area of communication on account of a double reduction: a loss of the disciplinary specificity, on account of a fusion with the sociological realm, and a loss of scientific

status, because of the substitution of the evidence furnished by the considered object of study for a theoretical *a priori* of the researcher.

Keywords: Constructionism. Representation of Reality. Identity of the Communication Area.

RESUMEN

El texto considera a una perspectiva frecuente en el campo de la Comunicación, como es la construcción social/mediática de la realidad, un obstáculo para definir la identidad de esta área. A pesar de la existencia de una reconocida teoría sociológica que lleva ese nombre, se sostiene que un uso de esa perspectiva en la investigación transforma una genuina herramienta epistemológica en un artículo de fe. En lugar de funcionar como un análisis científico, este construccionismo social difuso y ubicuo supone una actitud desenmascarada, cuyo objetivo práctico es elevar la conciencia en lo que respecta a los medios. Esta opción discursiva es denominada aquí *Síndrome de Prometeo*. Su efecto es la progresiva desintegración de la identidad del campo a causa de una doble reducción: la pérdida de la especificidad disciplinar, por una fusión con el ámbito sociológico, y la pérdida de la cientificidad, por la substitución de la evidencia aportada por el objeto estudiado por un *a priori* teórico del investigador.

Palabras clave: Construccinismo. Representación de lo Realidad dentidad del área Comunicacional

REFERÊNCIAS

ANDACHT, F. Duas variantes da representação do real na cultura midiática. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004a, São Bernardo do Campo. *Anais...* São Bernardo do Campo: Compós, 2004a. 1 CD-ROM.

ANDACHT, F. Fight, love and tears: an analysis of the reception of *Big Brother* in Latin America . In: MATHIJS, E.; JONES, J. (eds.) **Big Brother International: formats, critics and publics** . London : Wallflower Press, 2004b.

BALTAR, M. Realidade lacrimosa: a piedade e os nordestinos em Passageiros. In : ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004a, São Bernardo do Campo. *Anais...* São Bernardo do Campo: Compós, 2004a. 1 CD-ROM.

BALTAR, M. Autoridades eletivas: o lugar do documentário em meio ao universo audiovisual. *Fronteiras - estudos midiáticos* , São Leopoldo, v. 6, n. 1 p. 149-167, 2004b.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **The social construction of reality** . New York : Anchor Books, 1966.

BRAGA, J. L. Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004, São Bernardo do Campo. *Anais...* São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD-ROM.

CASSIRER, E. Uma chave para a natureza do homem: o símbolo. In: _____. **Antropologia filosófica**, São Paulo: Mestre Jou, 1977/1944.

COLAPIETRO, V. Natural processes and historical practices. **Semiotica**, Holanda, n. 119, p. 105-55, 1998.

DUARTE, E. Televisão: entre gêneros/formatos e produtos. In: CONGRESSO INTERCOM, 26, 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Campo Grande : Intercom, 2003. 1 CD-ROM.

HACKING, I. **The social construction of what?** Cambridge : Harvard University Press, 1999.

IBRI, I. A. Sobre a identidade ideal-real na filosofia de Peirce. **Cognitio** : Revista de Filosofia, São Paulo, n. 1, p. 38-45, 2000.

JAMES, W. Pragmatism and Humanism. In: _____. **Pragmatism and Other Essays**. New York : Washington Square Press, 1963/1906.

KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

LINS, C. Um passaporte húngaro, de S. Kogut: cinema político e intimidade. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD-ROM.

MANNHEIM, K. O problema de uma sociologia do conhecimento. In: BERTELLI, A.R. et al. (orgs.). **Sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967/1925.

MARTINO, L. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da Comunicação. In: HOHLFELDT, A. et al. (orgs.). **Teorias da comunicação** : conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

MARTINO, L. História e identidade: apontamentos epistemológicos sobre a fundação e fundamentação do campo comunicacional, In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD-ROM.

PEIRCE, C.S. [Papers]. In: **Collected papers of C. S. Peirce**. HARTSHORNE, C.; WEISS, P.; BURKS, A. (eds.) **Collected papers of C. S. Peirce**. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1931-1958. v.1-8.

RANDELL, J. **On Peirce's conception of the iconic sign**. Disponível em: <http://members.door.net/arisbe/menu/library/aboutcsp/ransdell/iconic.htm>. Acesso em: 20 nov. 2004.

SANTOS, B. de S. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. São Paulo: Graal, 2000.

SARAMAGO, J. Entrevista no filme **Janelas da Alma**, dirigido por J.Jardim e W.Carvalho. Brasil, 2002.

SARTRE, J.P. **L'imaginaire**. Paris: Gallimard, 1940.

SILVEIRA, L. **Observe-se o fenômeno: forma e realidade na Semiótica de Peirce**. Trabalho apresentado no I Congresso Internacional da Associação de Estudos Semióticos, 2003, Araraquara. Cópia xerox.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis : Vozes, 2002.

SOUZA LEAL, B. A gente se vê por aqui: a realidade da TV numa perspectiva recepional. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 8, 2004, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD-ROM.

Notas

- [1] O texto foi apresentado no XIV Encontro Anual da Pós-Graduação em Comunicação (Compós). O trabalho foi produzido com apoio do CNPq e faz parte da pesquisa em curso intitulada “A representação do real na época de sua espectacularização midiática”.
- [2] O mais próximo no quadro sinóptico do pensador canadense é *The social construction of the child viewer*.
- [3] A obra de Peirce é citada do modo convencional: x.xxx , parágrafo e volume na edição dos *Collected Papers* .
- [4] O subtítulo da influente obra de Berger e Luckmann (1966) é *Um tratado na sociologia do conhecimento* .
- [5] Num sentido semelhante, Mannheim descreve a ainda recente sociologia como uma “ciência oposicional”.
- [6] *A fortiori* , também a midiática atual pela sua maior artificialidade.
- [7] “Embora nossos encontros com a realidade sejam sempre mediados semioticamente, tal mediação não envolve ceticismo ou anti-realismo.” (Colapietro 1998: 111). Esta idéia é antagônica à semiologia culturalista e dualista.
- [8] A mesma observação é feita por Martino (2004), no que tange à variedade do campo comunicacional como uma justificativa implícita, mas não explicada para defender uma abordagem multidisciplinar.
- [9] Para exemplos do uso desta teoria epistemológica não dualista no campo da comunicação, concretamente no estudo da representação do real no reality show televisivo e no documentário ver Andacht (2004a; 2004b).
- [10] “Como cientista, [Peirce] se considerou consagrado a descobrir aspectos da realidade, de algo que possui permanência e caráter independentemente de seus pensamentos e de sua pesquisa” (Colapietro 1998: 111).
- [11] A interpretação anônima aparece numa página web dedicado integralmente ao titã Prometeo, <http://www.poesiadelmomento.com/luminarias/mitos/54.html>
- [12] Hacking (1999:6) argumenta criticamente que a elevação da consciência é um uso primário da CSR.
- [13] Santos (2001:32) afirma que, embora seja necessário para a ciência “recusar e contestar o mundo dos ‘objetos’ do senso comum (ou da ideologia) para constituir um novo ‘universo conceptual’, haveria uma segunda ruptura epistemológica que nos permitiria voltar a um “um senso comum esclarecido” (40).
- [14] Trata-se do documentário *Um passaporte húngaro* (Brasil, 2003) da realizadora Sandra Kogut, o grifo é meu.
- [15] Um exemplo usado por Hacking (1999)
- [16] O gênero é descrito no estudo como um “discurso autorizado”, sob a influência notória de M. Foucault.
- [17] Trata-se de uma alusão ao título do último romance (1943) de Herman Hesse (1877-1962) sobre uma utopia de um grupo de homens espirituais dedicados à pura contemplação.

Copyright (c) 2005 Autor(es) / Copyright (c) 2005 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal.
Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.



Selo CC-BY-NC com Direito Autoral_2005