

Teorizar é pensar a prática: uma reflexão sobre o ensino das Teorias da Comunicação nos Cursos de Jornalismo

Autora: Ana Carolina Rocha Pessôa Temer

RESUMO

Este trabalho pretende discutir a importância do estudo das Teorias da Comunicação nos cursos de Comunicação com habilitação em jornalismo e as técnicas e instrumentos metodológicos relativos a esse ensino, objetivando um debate sobre a prática docente relacionada a essa disciplina e propondo a discussão e a consolidação de uma nova prática docente, que considera a realidade imposta pela alta velocidade e grande quantidade de acesso às informações proporcionadas pelos meios de comunicação que atualmente estão ao alcance dos alunos dos cursos de comunicação.

Palavras-chave: Jornalismo. Ensino. Teorias da comunicação.

1. Introdução

A pergunta correta para começar este texto é: porque ensinar Teorias da Comunicação? Surpreendentemente, não há uma resposta única ou comum. Foi com surpresa que encontrei questionamentos e contra-argumentações entre professores e alunos, que, no espaço do *Observatório da Imprensa*, debateram brevemente essa questão no primeiro quadrimestre de 2003.

O assunto não se esgotou nesse breve debate. A questão exige respostas mais aprofundadas e uma reflexão continuada sobre o ensino das Teorias da Comunicação, disciplina básica que, embora com diferentes denominações, está presente nos primeiros anos da maior parte dos cursos de comunicação.

Inicialmente é necessário dizer que, como qualquer área do saber, a Comunicação Social tem características próprias, que envolvem conhecimentos teóricos e técnicas específicas para a formação de profissionais para que vão atuar nesse campo. Ao contrário da visão dominante no senso comum, a formação do jornalista não se dá apenas por meio da transmissão de conhecimentos da capacitação futuro profissional para redigir um bom texto.

O jornalismo, como parte de uma formação acadêmica e profissionalizante, envolve uma formação técnica científica que, mesmo indo além dos conhecimentos comuns as diversas áreas da comunicação e obrigatoriamente incluindo aspectos específicos da teoria e prática profissional, não pode prescindir da base comum a todas as atividades que envolvem a comunicação.

A idéia da formação do profissional de imprensa apenas como um especialista em texto jornalístico, que até poderia ser próxima ao real na época em que existia apenas o jornalismo impresso, vem sendo constantemente reavaliada com a diversificação e sofisticação dos meios de comunicação de massa, que exigem uma formação em diversas áreas, incluindo aí

fotografia, rádio, TV, vídeo e cinema e o domínio de programas de computação com aplicação em diagramação eletrônica e edição de conteúdo eletro-eletrônico.

As novas tecnologias da informação e da comunicação abriram novos espaços para o jornalismo e cada vez mais se exige um profissional habilitado para entender e usar de forma criativa todas essas possibilidades.

Esse novo profissional, no entanto, só é de fato formado quando sua experiência acadêmica oferece bases efetivas para transformar informação em conhecimento, e quando a capacidade crítico/criativa se for precedida por uma sólida formação teórica e conhecimentos sobre a mídia, sua importância social e sua influência.

No entanto, uma vez que essa presença quantitativa da disciplina *Teorias da Comunicação* nos cursos de Comunicação Social e em especial na habilitação jornalismo nem sempre se reflete em um ensino qualitativo deste conteúdo, é importante procurarmos refletir um pouco mais sobre como está se desenvolvendo este processo de ensino aprendido.

1.2. Conceitos e Convergências: o campo da comunicação

O primeiro passo para uma proposta fundamentada de ensino-aprendizado das Teorias da Comunicação é a compreensão da base epistemológica que determina as diferentes origens destes estudos.

De fato, os estudos fundadores do que hoje chamamos comunicação apontaram os limites que marcam o campo de pesquisa da comunicação: o reconhecimento de que o estudo deve desenvolver-se a partir da ação de comunicação, de que a ação profissional, o seu produto e as conseqüências dessas ações na sociedade devem ser os objetos de interesse das atividades dos pesquisadores ligados à área.

Isso envolve o estudo do comunicador/emissor – aquele que dá

origem ao processo de comunicação –, abrangendo estudos que busquem entender suas intenções, sua organização ou a organização dos seus processos para construção da mensagem, sua história, suas normas éticas e jurídicas e suas técnicas de produção; o estudo da mensagem, ou seja, o produto ou concretização dos esforços do comunicador, estando compreendido aí seu conteúdo, sua forma, sua simbologia; do canal ou veículo de comunicação, ou seja, técnicas de difusão envolvidas na divulgação da mensagem; e o estudo do receptor, incluindo suas preferências e reações, suas motivações e sua capacidade de percepção.

Não se trata, no entanto, de uma questão fechada. Autores como Debray (1993) propõem a criação de uma nova disciplina científica, a “midiologia”, capaz de estudar os “meios simbólicos de transmissão e circulação”, um saber com um *status* similar às demais ciências sociais. Marques de Melo (1998) traz para assunto para o debate nacional e classifica a comunicação como uma das ciências da informação, caracterizando as *ciências da informação e da comunicação* como um novo campo do conhecimento.

Como acontece a várias ciências do homem e da sociedade, cada grupo de pensadores, a partir da sua própria experiência e do contexto sócio econômico, criou seus próprios estatutos e definições de comunicação e de teoria da comunicação, erguendo, junto com essa “teoria”, uma epistemologia própria.

Dessas abordagens diferenciadas, surgiram escolas e linhas de pensamento cujo conteúdo está de abrigar conceitos e visões de mundo homogêneas. Além disso, pesquisadores utilizam os conceitos das escolas ou linhas de pensamento longe da realidade em que foram desenvolvidas, criando uma nova interpretação desses conceitos e, eventualmente, uma “corrente alternativa” dessa escola. O Brasil é um dos muitos exemplos de onde proliferam influências externas, que tornam mais complexas a problematização e o entendimento das questões ligadas às Teorias

da Comunicação (TEMER, 2004)

Em geral, podemos entender esse espaço a partir do conceito plural de Ciências da Comunicação, que procura estudar os fenômenos da comunicação humana, associados à produção, estocagem e difusão da informação. O objeto de estudo dessa disciplina são os processos comunicativos no interior da cultura de massa, mas sua característica principal está na perspectiva de interpretação destes processos, tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Ou seja, uma leitura social fundamentada em uma relação de reciprocidade e complementação com os meios de comunicação de massa.

A ciência da comunicação, portanto, deve abranger todas as vertentes teóricas, conhecimentos somados numa lenta acumulação, por vezes, pluridisciplinar e contraditória.

Embora a gênese dos estudos sobre comunicação possa ser situada na Grécia Clássica com o estudo da retórica, foi a noção de que a sociedade industrializada era também uma sociedade de massa o que deu origem aos primeiros estudos envolvendo a comunicação mediada.

Neste contexto, as origens dos primeiros estudos sobre comunicação exigem uma reflexão sobre a "Filosofia Positivista" de Comte. Estes estudos, que serviram de base para os trabalhos do francês Emile Durkheim, deram origem a uma corrente de pensamento que vê a comunicação mediada como elemento que poderia organizar os espaços econômicos e estruturar o trabalho coletivo nas grandes fábricas.

Essa linha de pesquisa, marcada pelo empirismo, baseia-se na idéia de similitude entre a ordem biológica e a ordem social, na qual a comunicação teria o papel de distribuidor e regulador de informações.

Transplantada para os estudos da comunicação, o conjunto das influências de Comte, Durkheim e Spencer, torna-se a base do

Paradigma Positivista Funcionalista. Para essa perspectiva, os meios de comunicação de massa são ferramentas, (usáveis para o bem ou para o mal) capazes de atuar no interior do corpo social.

A compreensão do paradigma positivista só é possível a partir da noção de que a Divisão Social do Trabalho traz, além dos efeitos econômicos, efeitos morais. A questão da Função Social da Comunicação, ou o papel da comunicação no desenvolvimento social e na manutenção do corpo social, servem como ponto de partida para esses estudos.

O mais significativo espaço de influência do Paradigma Positivista Funcionalista são os Estados Unidos, onde serve de base para pesquisadores como Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld e Joseph Klapper, entre outros.

Mas o uso político da comunicação também despertou a atenção dos pesquisadores, particularmente daqueles que conviviam com o uso eficiente que o nazismo fazia da propaganda.

Um grupo de intelectuais marxistas não-ortodoxos começa a desenvolver os primeiros trabalhos organizados e sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto de crítica ao capitalismo, analisando a comunicação a partir da ótica de um

Paradigma Crítico Radical.

Historicamente, a chamada Escola de Frankfurt teve início com um grupo de investigadores que fundaram o *Institut für Sozialforschung* (Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt), afiliado à Universidade de Frankfurt, é primeira instituição alemã de pesquisa de orientação abertamente marxista. O pensamento desse grupo deve ser compreendido a partir da tradição da esquerda alemã, cujas bases estavam intimamente ligadas à dialética hegeliana e às reflexões sobre cultura desenvolvidas pela filosofia clássica.

“O método marxista de interpretação da história é modificado por

ferramentas emprestadas à filosofia da cultura, à ética, a psico-sociologia e à 'psicologia do profundo'. O projeto consiste em fazer a junção entre Marx e Freud" (MATTELART & MATTELART, 1999, p.74).

A questão fundamental para a compreensão desse paradigma reside no conceito de alienação, ou da perda de controle do trabalhador sobre o resultado do que ele produz. Assim como o trabalho nas fábricas é alienante, também a produção dos meios de comunicação de massa é alienadora, uma vez que o trabalhador não tem uma ligação cultural real com esse produto, que por sua vez é o resultado de uma Indústria Cultural.

Entre os autores vinculados ao grupo de Frankfurt, destacam-se os nomes de Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, aos quais se pode ligar o pensamento de Jürgen Habermas. A importância do Paradigma Crítico Radical ultrapassa o continente Europeu, obtendo significativa repercussão nas Américas.

Com o final da Segunda Guerra, a pesquisa em comunicação passa a sofrer influência do uso estratégico das máquinas de comunicar e dos protótipos do que viram a ser os computadores. A partir desse aspecto surgem trabalhos desenvolvidos a partir de um **Paradigma Matemático Informacional**, que valoriza as pesquisas matemáticas as experiências laboratoriais, em ações de profissionais das Ciências Exatas para entender e dinamizar os processos de transmissão e troca de informações. Sua proposta é a de reduzir o processo comunicativo a expressões matemáticas simples, mas que desconsideravam as conseqüências ou efeitos do processo.

Outro importante ponto de partida para os estudos da comunicação é o **Paradigma Lingüístico Semiótico**, fundamentado nas teorias ligadas ao estudo da mensagem. O ponto inicial desses estudos ocorreu entre os anos de 1907 e 1911, na

Universidade de Genebra, quando Ferdinand de Saussure, um lingüista suíço, propõe a criação de uma ciência geral dos signos, da qual a Lingüística seria apenas uma parte.

Saussure define como o objeto da Lingüística a própria língua e concentra seus trabalhos exclusivamente da linguagem verbal. Roland Barthes dá seqüência aos estudos desse autor desenvolvendo a Semiologia, uma ciência cuja proposta de estudar os signos é fundamentada na noção de que compreender o significado da mensagem não depende apenas das intenções de quem as transmite, mas das regras que constituem os códigos sociais.

Na mesma época, nos Estados Unidos da América, o cientista, lógico, filósofo e matemático Charles Sanders Peirce, dava corpo à ciência dos signos, batizada por ele de semiótica, que tem como ponto de partida a noção de que a própria vida humana é uma constante elaboração e re-elaboração de signos.

A influência da Lingüística e da Semiologia é grande na França, mas os franceses desenvolveram também novos estudos centrados em uma visão estruturalista e em uma proposta de analisar a interferência dos meios de comunicação nas estruturas sociais.

Na Inglaterra, nos anos 1960 e 1970, a questão do receptor como construtor do sentido da mensagem ganhou novos espaços e ganha força a idéia de que o desenvolvimento do capitalismo e o esquema industrial de produção de bens culturais têm um efeito pernicioso sobre as formas culturais tradicionais, seja a cultura acadêmica ou da elite, seja a cultura popular.

Tanto os trabalhos franceses quanto ingleses dessas correntes trabalham a partir de um **Paradigma Culturológico**, que tem um referencial próximo ao da Teoria Crítica, mas cujas bases teóricas são desenvolvidos a partir de uma valorização da perspectiva histórica, por meio de conceitos de autores neo-marxistas, como Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Mikhail Bakhtin, Jean Paul Sartre,

Lucien Goldman e Antonio Gramsci, entre outros.

Nestes estudos a comunicação é um processo no qual a cultura encontra o terreno para o seu desenvolvimento e deve ser interpretada como um fenômeno complexo, só possível de ser analisado ao se distinguir uma estrutura social e uma superestrutura ideológica e política.

Enquanto as diversas correntes de estudiosos dos meios de comunicação de massa dedicavam-se aos estudos do conteúdo das mensagens e da reação dos receptores, no continente norte-americano pesquisadores começam a trabalhar um novo enfoque, voltados para a preocupação com os efeitos dos próprios meios de comunicação como tecnologia.

O trabalho desenvolvido a partir do **Paradigma Midiológico-Tecnológico**, um modelo histórico-técnico-evolucionista que entende que o desenvolvimento humano é consequência ou está diretamente ligado ao domínio das ferramentas e a seu desenvolvimento tecnológico, teve como pioneiro Harold Adams Innis, mas sem dúvida o maior destaque é Marshall McLuhan. Esse autor, um canadense, historiador da economia, parte do princípio de que a principal força da transformação cultural são as transformações ocorridas nas tecnologias e, principalmente, nas tecnologias da comunicação.

Ainda que venham sendo amplamente questionadas, as grandes mudanças nos meios de comunicação de massa resultantes de transformações tecnológicas vêm despertando a atenção de pesquisadores. Nomes como Alvin Toffler, Alan Swingewood, Daniel Bell e Edward Shils, entre outros, têm se preocupado com o tema, embora, em alguns casos, não sejam pesquisadores específicos da área de comunicação.

Enquanto os estudos sobre comunicação se desenvolviam no hemisfério norte, na América Latina os limites da dependência cultural determinaram um lento avanço no desenvolvimento dos

estudos sobre comunicação. No entanto, esses estudos tiveram seu ritmo acelerado a partir de 1960, quando foi implantado pela UNESCO, o Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina – o CIESPAL, em Quito, no Equador.

Em princípio, os trabalhos desenvolvidos seguiam uma tradição funcionalista, com larga aplicação do difusionismo – uma proposta de usar a comunicação de massa para acelerar o desenvolvimento. Logo essa proposta entra em conflito com a formação européia-crítica de grande parte dos pesquisadores latinos, que reconhecem o caráter dependente da teoria e da metodologia de pesquisa em comunicação e propõem a busca de alternativas, priorizando dois pontos de pesquisa: o papel da comunicação na educação e o papel da comunicação na organização e mobilização popular.

A busca de alternativas envolveu várias tendências, incluindo experiências de pesquisa-participante e pesquisa-ação visando à mobilização e à conscientização da população, a questão da manipulação ideológica dos meios massivos, e a busca de formas alternativas e populares para comunicação (jornais alternativos, rádios livres, vídeos populares).

De muitas maneiras, os pesquisadores latino-americanos desenvolveram uma polifonia metodológica – ou metodologia compreensiva –, na quais não existem métodos pré-definidos, receitas a serem seguidas, mas sim a busca constante pela clareza e confiabilidade. A investigação científica envolve um trabalho criativo, uma vez que o papel fundamental do cientista é usar a metodologia para um tipo de estruturação da realidade.

Essa perspectiva, que vamos chamar de **Paradigma Conflitual-Dialético**, em muito pontos implica na revisão dos conceitos de Max Weber, o sociólogo alemão, que, em 1914, formulou as bases para uma sociologia da comunicação, identificando a necessidade de pesquisar o conteúdo dos jornais,

mas propondo uma interação entre os estudos dos meios de comunicação de massa e o contexto social no qual eles se inserem.

A influência das idéias de Max Weber, no entanto, não significou o abandono de outros postulados. De fato, nos anos 1960 e 1970 o Brasil, assim como outros países latino-americanos, funcionaram como verdadeiros laboratórios de pesquisas em comunicação, misturando métodos e modelos.

A marca desse conjunto é a "mestiçagem", ou seja, o uso combinado, dos métodos de pesquisa. Outra característica da Pesquisa em comunicação na América Latina é o caráter plurifuncionalista, superando a dicotomia entre o pensamento básico e o pensamento aplicado, fortalecendo a idéia de que o desenvolvimento da pesquisa básica não deve esquecer sua aplicação prática.

2. Mídia e a Sociedade contemporânea (os meios modificam o olhar)

Além dos aspectos conceituais e bases epistemológicas, o ensino-aprendizado das Teorias da Comunicação exige também a compreensão ampla de que uma representação não é o fato ou objeto representado em si mesmo.

Essa é uma questão sobre a qual as pessoas comuns pouco se debruçam, mas a confusão fica clara quando analisamos as ações de um professor de arte de Nottigham, Fred Bazler, que iniciava suas aulas apresentando aos alunos uma gravura com o desenho de um cavalo, e depois lhes perguntava o que estavam vendo. A resposta, quase sempre unânime, era que estavam vendo "um cavalo". O professor contestava resposta e, com um pouco de ajuda, fazia os alunos reconhecerem que estavam vendo o "desenho de um cavalo", algo muito diferente do cavalo em si.

A questão é significativa porque jornalistas e professores atuam justamente no vínculo entre a realidade e a sua representação, entre imagem e sua referência, entre significante e significado.

Desta forma, a primeira lição a ser compreendida é que a representação não é o fato ou objeto representado. A segunda é compreender que a representação é sempre menos complexa – menos rica em informação – do que o que representa.

A informação representada pela mídia, a informação reduzida, não é “encolhida” de forma linear, mas sim seletiva, em geral de acordo com os interesses da empresa midiática, mas sempre aumentando a distância entre o representante e o representado.

De fato, os meios de comunicação de massa em geral trabalham de forma a manter o sistema, construindo realidades desejáveis ao sistema. Ao retratar a vida social, seja em notícias ou ficção, os meios de comunicação de massa realçam determinadas representações da realidade social, marginalizando alguns aspectos em favor de outros.

A sociedade moderna é o mundo da onipresença da mídia e das suas representações. As redes midiáticas, as grandes empresas de comunicação, aceleraram a troca de informações/representações em uma velocidade jamais pensada no passado. Uma vez que a primeira tendência do indivíduo é reconhecer como “cavalo” o “desenho de um cavalo”, essa é também a sociedade em que as representações da mídia são aceitas como realidade.

A força da mídia, sua grande penetração e capacidade de estabelecer valores hierárquicos por meio de símbolos, transforma a parcela da realidade representada pelos veículos de comunicação de massa na realidade, aquela possível. A realidade selecionada pela mídia se torna um modelo e, quando a mídia volta à sociedade para obter novas representações, encontra os reflexos daquilo que priorizou anteriormente.

Fatos, representações da mídia, são selecionados a partir de diferentes profissionais e diversas fases produtivas que descontextualizam os fatos de seu quadro social, histórico, econômico, político e cultural. A exibição para o público exige uma

última fase, a operação inversa, recontextualizando os acontecimentos, num quadro diferente: o formato do filme, da novela, do noticiário.

A fragmentação dos conteúdos e da imagem da realidade social situa-se, exatamente, entre estes dois movimentos: por um lado, a extração dos acontecimentos do seu contexto e, por outro, a sua reinserção no contexto constituído pela representação.

Os meios de comunicação de massa criam a sua própria realidade. Na sociedade estruturada e ambientada pela mídia é "*... justamente na representação, nessa realidade simbólica, que se define o real...*" (RUBIM, 2000, p.40).

"Nas sociedades industriais de capitalismo desenvolvido em virtude da diferenciação e da complexidade sociais e, também, em virtude do papel central dos *mass media*, foi aumentando a existência de fatias e de 'pacotes' de realidade que os indivíduos não vivem directamente nem definem interativamente ao nível da vida cotidiana, mas que 'vivem', exclusivamente em função ou através dos meios de comunicação de massa." (GROSSI apud WOLF, 1987p.130).

Portanto, boa parte da vida dos indivíduos é determinada pelo que vêem nos meios de comunicação de massa: eles oferecem não só as informações para uma construção da imagem do mundo como também oferecerão informações para o planeamento de vida num espaço habitável, aconselhando-o sobre consumo, lazer, comportamento e outros.

Além disso, a mídia não é um ator social isolado, pelo contrário, sua atuação está sujeita a uma série de interações sociais entre as quais a mais significativa é possivelmente sua relação com o mercado.

Na sociedade orquestrada pelo consumo, a mídia funciona como construtora de realidades desejáveis para este mercado e

como elemento compensatório dos vazios deixados pela falta de convivência e/ou participação social.

Masteman (1993, p.38) afirma que o verdadeiro produto dos meios de comunicação de massa são as audiências, públicos cativos sintonizados nas informações sobre o consumo. A questão pode ser vista por ângulos complexos: os meios de comunicação de massa elaboram produtos para dois públicos; o anunciante, o financiador do processo produtivo, o qual não se deve desagradar de forma alguma; e a audiência, que garante o consumo do produto anunciado, o produto que interessa ao anunciante. Para manter esse público cativo, os meios de comunicação diversificam seu conteúdo, oferecendo todo tipo de programação: entretenimento, notícias e até mesmo conteúdos ditos educativos/informativos.

O conteúdo das mídias é também o resultado de um trabalho fragmentado, em que o ritmo de produção limita qualitativamente os resultados. A necessidade de atingir um público diversificado resulta em um conjunto sem unidade, eventualmente contraditório, um mosaico de formas, conteúdos e de intenções.

As teorias da comunicação são, em última instância, o reconhecimento de que os modelos tradicionais de estudos para compreender o homem e a sociedade são insuficientes em um contexto de troca acelerada de informações e representações; de que a sociedade mediada (ou mediatizada) é um novo modelo de organização social, na qual ilusões simulativas nas quais a sensação de estar informado sobrepõe-se à informação contextualizada e vivências virtuais são aceitas pelos receptores como uma espécie de "quase presença" no acontecimento.

2.1. Novos tempos e novos alunos: a saturação dos meios

Outro aspecto significativo para o processo de ensino aprendido das Teorias da Comunicação é o estabelecimento de uma postura de permanente análise de uma sociedade que, em

múltiplos aspectos, está também em permanente transformação.

Em tempos de *Aldeia Global*, parece redundante falar em preparar alunos e professores de comunicação para a compreensão do momento histórico atual e as conseqüências na configuração de novos paradigmas. Mais do que quaisquer outros profissionais, eles deveriam estar preparados para discutir a realidade imposta pela velocidade de troca de informações em seus aspectos mais amplos, abrangendo o uso político ideológico dos meios de comunicação.

De fato, é voz comum entre os profissionais da área que o acesso à informação é essencial para o exercício da cidadania, sobrevivência e produtividade, e que o uso da comunicação de massa implica novas formas de ação e interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e maneiras de entender e relacionar-se com o mundo. No entanto, tal conhecimento não se reflete em ações inovadoras ou mesmo em uma perspectiva dialógica em sala de aula, particularmente no que diz respeito ao ensino teórico, quase sempre visto como uma repetição de conteúdos, exigidos do aluno a partir de noções de memorização e não de racionalização e do desenvolvimento de uma real capacidade crítica.

Embora os professores de Teorias da Comunicação sejam, em sua maioria, estudiosos da área de comunicação frutos da "geração da televisão", o ensino dos conteúdos teóricos tende a ignorar que *"... a televisão, com meio século de presença entre nós, compartilha com a escola e a família o processo educacional, tornando-se um importante agente de formação."* (BACCEGA, 2000, p.95).

De fato, em muitos casos esse ensino é marcado pela contradição do conhecimento de que já não é possível apegar-se a uma visão reducionista de que o aluno aprende apenas na escola. A certeza de que o novo aluno é mais complexo, que o seu crescimento acompanhou o desenvolvimento do computador e da Internet, das redes de televisão segmentadas e seus canais a cabo

e outras tecnologias interativas, que está frente a frente com um aluno saturado com informações instantâneas, incompletas e, em muitos casos, incorretas, nem sempre indica caminhos de como interagir com esse novo aluno.

Para, efetivamente, integrar-se ao ambiente, o aluno deve ser reconhecido pela expressão de sua história social e cultura, numa ação também permanente, de comunicação social. A produção social dos sentidos se constrói nas relações sócio-históricas da sociedade, uma vez que *"o homem é um ser de relações e não só de contatos, não está apenas no mundo, mas com o mundo"* (FREIRE, 1967, p.39).

No mundo e com o mundo, mas qual mundo? *"O mundo no qual e com o qual vivemos é hoje, predominantemente, esse trazido até o horizonte de nossa percepção, até o universo de nosso conhecimento, pelos meios de comunicação."* (BACCEGA, 2000, p.97). Ou seja, no mundo sempre permeado pela cultura de massa, ignorar tal cultura é ignorar o próprio aluno.

3. Conclusão: Teorizar é re-pensar a comunicação a partir da prática

O termo "teoria", normalmente utilizado em oposição à prática, deve ser entendido a partir do seu verdadeiro significado: teorias são conjuntos de idéias que buscam entender e explicar as ações humanas. *"Uma teoria é um sistema de enunciados, um corpo organizado de idéias sobre a realidade ou sobre um certo aspecto da realidade"* (FRANÇA et al, 2001, p.47)

Portanto, teoria é a reflexão sobre a prática. Quando falamos em Teoria da Comunicação, estamos falando sobre o conjunto de idéias que buscam entender e explicar ações práticas que envolvem e determinam os processos e os resultados da Comunicação de Massa. A teoria reflete – pensa, analisa, discute – sobre a prática,

permitindo que aqueles que trabalham em ações práticas possam utilizar o conhecimento anteriormente desenvolvido para realizar novos projetos ou para revisar projetos já existentes. Teoria e prática se complementam, se alimentam mutuamente, são dependentes entre si.

Falar sobre teoria, ensinar teorias é, portanto, ensinar sobre uma prática re-pensada, revista fora do momento do seu acontecimento, mas ainda assim real e plausível. Nesse sentido, esse processo de ensino aprendido deve ser marcado por alguns aspectos específicos, uma pedagogia para o ensino dos meios de comunicação que, ao mesmo tempo em que leve o aluno a reconhecer a sua vivência e conhecimento prático dos meios de comunicação, ofereça e desperte o interesse de obter recursos para uma crítica aprofundada desses meios.

Dessa forma, o ensino das teorias da comunicação deve ser marcado por:

a) Um ensino não-hierarquizado

A geração dos que hoje ingressam nas salas de aula como professores certamente viveu com os pais e orientadores negociações para aumentar o seu tempo de lazer em frente a televisão. Hoje essa mesma negociação se repete, mas o objeto dela é o computador e a internet.

O jovem que chega às escolas de comunicação hoje possivelmente convive mais horas por dia com os meios eletroeletrônicos do que a maior parte dos seus mestres.

Cabe ao professor a difícil tarefa de aproveitar essa experiência e ao mesmo tempo despertar neste jovem o respeito pelo conhecimento acumulado pelo saber acadêmico. Isso é possível por meio de um processo de ensino-aprendizado baseado na troca de informações, no respeito pelo conhecimento do outro. Não se trata de uma atitude fácil, mas cabe ao professor, o elo mais maduro

deste processo, dar os primeiros passos e criar um ambiente favorável para essa troca, trazendo para o debate o conhecimento do discente e teorizando sobre esse conhecimento, a partir de exemplos vivenciados pelo próprio aluno.

b) Análise aprofundada sobre as bases epistemológicas e inclusão de conceitos chaves

Ainda que alguns estados estejam incluindo a Sociologia e a Antropologia como matérias do segundo grau, é comum que os alunos cheguem até os cursos de comunicação sem os conceitos básicos que fundamentam as ciências sociais.

O estudo das Teorias da Comunicação, como já vimos anteriormente, se fundamentam em paradigmas bastante diferenciados, que nada mais são do que visões de mundo, pontos de partida para análises sociais. Esse conhecimento, essencial para a compreensão das teorias da comunicação, deve ser reforçado em sala de aula, com explicações ao mesmo tempo simples e contextualizadas, que permitam aos alunos apreender esses conceitos e articular esse conhecimento com o conjunto mais amplo das teorias da comunicação.

c) Informação, conhecimento e crítica

Embora formar e informar tenham a mesma origem etimológica, a prática estabeleceu diferentes significados. Informar é reproduzir, enquanto formar pressupõe mudança ou adequação de comportamentos. Informar liga-se à reprodução da informação e formar à influência, acréscimo.

“A confusão entre conhecimento e informação, entre totalidade e fragmentação, leva a concepção de que a informação veiculada pelos meios é suficiente para a formação do cidadão, de que há um pressuposto de interação entre os meios e os cidadãos e que todas as vozes circulam igualmente na sociedade.” (BACCEGA, 2000,p.107).

Informação não é conhecimento: este implica no desenvolvimento da capacidade crítica. Para o aluno a informação tem relevância se tiver significado e isso só acontece se essa informação vier acompanhada de contexto e análise críticas.

Um professor que não tenha desenvolvido a capacidade de analisar o produto da mídia não conseguirá desenvolver essa capacidade nos alunos. E, para tanto, é necessário entender as dimensões sociais da mídia; os meios de comunicação de massa não são representações transparentes e inocentes: são produtos de uma indústria de conteúdos, grandes empresas defendendo os interesses econômicos de grupos que controlam o capital e cujo interesse se evidencia pela manutenção dos próprios lucros.

Educar é formar criticamente, portanto, ensinar a ver a real dimensão dos meios de comunicação é uma função básica para todos os professores de comunicação, e em especial para os professores da área de jornalismo, já que a função tem grande responsabilidade social.

d) Dialogo reflexão-ação

Da mesma forma que é essencial que o ensino sobre teoria se realize pela análise de texto ou problemas concretos; o desenvolvimento de uma consciência crítica depende do acesso dos professores e alunos a informações externas, a possibilidade de acessar os veículos midiáticos enquanto o processo ensino aprendizagem acontece.

Evidentemente, o conhecimento teórico deve ir além da análise descritiva da mídia e das especificidades do documento-texto-programa analisado. No entanto, não se deve deixar de lado as possibilidades que o acompanhamento dos produtos midiáticos pode proporcionar para o ensino da Teoria da Comunicação. Se teorizar é repensar a prática, vamos rever o produto midiático e a partir da análise crítica do seu conteúdo, construir uma consciência crítica que se aplique as outras situações. Ou seja, entender como as

representações da mídia adquirem significado no momento real em que o processo midiático se desenvolve.

Esses são pontos de partida que procuram ver o conjunto um com um olhar crítico. Nesse aspecto, talvez seja possível finalizar fazendo um paralelo entre ensinar teorias da comunicação e ensinar a “ler”: cabe ao professor dar ao aluno o instrumental necessário para compreender qualquer texto, dar o essencial para o aluno seguir seus caminhos.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: Aproximações. In BUCCI, Eugênio & HAMBURGER, Esther (org.). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 95-110.

DEBRAY, Régis. *Curso de midiologia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.

FRANÇA, Vera; HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C. (ORG.). *Teorias da Comunicação*. Conceitos Escolas e Tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

FREIRE, Paulo. *Educação como prática da Liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo (org.). *Temas contemporâneos em comunicação*. EDICON - Intercom. São Paulo. 1997.

MARQUES DE MELO, José. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MASTERMAN, Len. *La Enseñaza de los médios de comunicação*. Madri: Ediciones La Torre, 1993.

MATTELART, Michèle e Armand. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker, 2000.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *A ciência na televisão: Mito, Ritual e Espetáculo*. São Paulo: Annablume, 1999.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa, & NERY, Vanda Cunha. *Para Entender as Teorias da Comunicação*. Uberlândia: Aspectus, 2004.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação* Lisboa: Presença, 1987.