

O desafio da comunicação social

ANTÓNIO JOSÉ DA SILVA

1. O poder da Comunicação

Toda a gente concorda em que a chamada Comunicação Social exerce no mundo de hoje uma enorme influência. Não é necessário procurar justificativos para esta afirmação. Este é, como se diz, o tempo da «mediocracia». Afirmar isto não significa, no entanto, que todos estejam de acordo quanto à verdadeira dimensão desse poder. Para uns, trata-se do meio decisivo na construção do homem e do mundo cultural do nosso tempo, uma espécie de instrumento definitivo ou mesmo totalitário, para o qual não haverá concorrência nem defesa, nomeadamente quando dizer comunicação social equivale a dizer comunicação televisiva. A mediocracia identificar-se-ia então com telecracia: o Poder, com letras maiúsculas. Para outros, no entanto, os «Media» não passam nem passarão de um instrumento ao lado de outros instrumentos na evolução cultural do homem e do mundo, no sentido positivo ou negativo. De qualquer modo, a Comunicação tornou-se, no último meio século, numa questão central para educadores, investigadores, sociólogos, filósofos e também para as igrejas.

Tempos houve em que predominou a tese maximalista, segundo a qual seria praticamente impossível resistir ao poder da comunicação social, nomeadamente da comunicação audiovisual. Hoje, não falta quem defenda uma tese diversa, ou pelo menos mais matizada: a de que nada prova ou garante que esse poder seja totalitário, e que não se lhe possa resistir.

Provas desta tese há muitas e algumas delas são paradigmáticas. A mais referenciada historicamente é a do confronto entre o poder da comunicação social e o poder dos púlpitos das mesquitas, no Irão, nos anos setenta do século passado. No Irão dessa época, o Xá Rhexa Palevi estava a utilizar sistemática-

mente a comunicação social para ocidentalizar o país, enquanto os líderes xiitas se serviam dos púlpitos das mesquitas para defender e preservar a cultura histórica do povo. Ora, no final desse confronto, estes últimos alcançaram um triunfo que acabou com todas as transformações culturais que o imperador tinha conseguido introduzir, obrigando-o mesmo a fugir do país. É preciso dizer, no entanto, que não se tratou de um simples confronto de ordem cultural, travado, de um lado, pelo imperador, através da comunicação do Estado e, do outro, pelo clero, através dos seus púlpitos. Como escreve Allwin Toffler em *Os Novos Poderes*, o que acontece muitas vezes é que o descontentamento é canalizado para movimentos religiosos e aproveitado por estes. Veja-se o que aconteceu também na afrancesada Argélia dos anos oitenta e noventa, com a ascensão política dos partidos islamitas. Por isso, cada caso é um caso, e a sua análise deve ter em conta todos os factores que podem contribuir para o resultado final de confrontos deste tipo.

Em Portugal, por exemplo, nos dois primeiros anos da revolução de Abril, a comunicação social do Estado esforçou-se activamente por radicalizar a revolução política e transformá-la numa profunda revolução cultural. Não chegou a conseguir o objectivo, certamente porque este assumiu contornos de uma tal agressividade e de tal desprezo pelo povo, que o povo optou por rejeitar os seus corifeus. Olhando para esse tempo, embora com o cuidado de não cair em explicações simplistas, pode assim dizer-se que a comunicação social de então foi vencida pela resistência cultural do povo, ou pelo menos, da maior parte do povo. Recorde-se o que aconteceu a algumas das chamadas «brigadas culturais».

A verdadeira revolução cultural no nosso país, pelo menos a revolução generalizada de costumes, essa aconteceu já em plena democracia, e teve êxito, entre outras razões, porque foi uma revolução feita pela televisão, de modo, *soft*, aparentemente suave e indolor. E esta característica é aquela que garante mais eficazmente o êxito das mudanças culturais.

De qualquer modo, e independentemente de alinharmos ou não no grupo dos maximalistas a respeito do poder da Comunicação Social, podemos dizer, com razoável segurança, que, em sociedades abertas como é esta em que vivemos, e para onde caminham outras comunidades humanas até aqui fechadas, os *Media*, sobretudo os electrónicos, funcionam como o instrumento mais poderoso e eficaz, de conhecimentos, de ideias, de valores, de comportamentos e estilos de vida.

Os *Media*, e sobretudo os audiovisuais, não são, por certo, a fonte exclusiva da transformação cultural ocorrida nas últimas décadas, mas foram e são, de certeza o veículo privilegiado dessa transformação. Os *Media* funcionam, ao mesmo tempo, como espelho e como agente modelador da sociedade. Reflectem o mundo e fazem o mundo. São o resultado e são a fonte. São o que são, porque a sociedade é como é, e esta é como é, porque os Meios são como são. Claro

que este princípio de causa e efeito não deve ser entendido redutoramente e é válido sobretudo para as sociedades ditas ocidentais. É este retrato que justifica que se fale hoje, insistentemente, no «Desafio da Comunicação Social». Porque de um desafio se trata.

2. «Apocalípticos e Integrados»

Apocalípticos e Integrados é o título de uma obra já clássica de Umberto Eco, que, apesar da sua idade, quarenta anos, continua a ser um livro de referência na área da investigação do fenómeno da comunicação social e da chamada cultura de massas. O autor classifica de apocalípticos aqueles que vêem na comunicação e na cultura de massas uma terrível ameaça ao verdadeiro conhecimento, à verdadeira cultura; e apelida de integrados a todos aqueles que se converteram ou se submeteram a esse fenómeno, aceitando-o entusiasticamente ou, pelo menos, sem temor nem preconceitos

Foi uma classificação que, apesar de algumas críticas, por parecer demasiado simplista, ficou para a história, e ainda hoje continua a ser utilizada para sintetizar duas reacções antagónicas ao impacto da comunicação de massas e ao seu produto natural: a cultura de massas. Atitude de rejeição é a dos apocalípticos, para quem a cultura de massas não merece o nome de verdadeiramente cultura; atitude de aceitação mais ou menos entusiástica, é a dos integrados, para quem a cultura não tem de ser necessariamente elitista, destinada por isso ao consumo de minorias. Para estes últimos, os integrados, a expressão «indústria cultural», que tanto incomodava Theodor Adorno apesar de este não imaginar ainda o que seria a indústria televisiva, a expressão «indústria cultural» não é formada por elementos antagónicos: indústria e cultura não têm que ser, necessariamente, conceitos incompatíveis. Certamente que o debate sobre os conceitos de cultura elitista e de cultura de massas não vem para aqui, mas falar de cultura de massas é a melhor deixa para introduzir o tema da televisão.

3. A cultura do audiovisual

A televisão é, indiscutivelmente, o mais fascinante e, potencialmente, o mais rico e o mais perigoso dos Meios de Comunicação. A sua omnipresença é um dado sociológico inquestionável, e os efeitos dessa omnipresença podem ser e são graves, sobretudo em países onde o consumo dos outros «Media» não tem grande significado. Por isso mesmo, a Televisão é fonte de preocupações justificadas para pais, educadores e agentes da cultura e, naturalmente, para as igrejas. Entre sociólogos e pensadores, há mesmo quem não hesite em transformar a Televisão numa espécie de inimigo público número um da Cul-

tura. No seu livro *A Derrota do Pensamento*, Finkiel Krant exprime-se neste tom apocalíptico, a propósito da cultura televisiva; «...seria trágico que os bárbaros modernos viessem a conseguir destruir a cultura do pensamento, em proveito de uma sopa mediática superficial, servida numa cultura zombi»

Não falta pois quem clame contra o poder excessivo que os meios de comunicação electrónica terão na sociedade, e particularmente sobre as crianças e os jovens. Não falta quem alerte contra o perigo da dependência e da comunicação, para o perigo do desaparecimento do diálogo e para o crescimento das dificuldades de expressão oral e escrita. E não falta mesmo quem alerte para os perigos da extinção daquilo que marcou a cultura ocidental durante séculos: o pensamento analítico, a palavra, a escrita. Esta é uma tese sombria, de tipo catastrófico: a cultura electrónica é uma ameaça real à verdadeira cultura. Mas também há quem não pense assim, pelo menos, quem não pense nestes termos apocalípticos, e há mesmo quem defenda o contrário: que os alunos mais abertos, mais comunicativos e que melhor dominam certas matérias, são, na maior parte dos casos, aqueles que exploram os diversos meios de comunicação electrónica.

Um conhecido sociólogo da Comunicação, o francês Pierre Babin, no seu livro *Linguagem e Cultura dos Media* está longe de ser pessimista relativamente aos alegados efeitos perversos dos «Media» electrónicos sobre a Cultura. Ele concorda em que a emoção é a porta de entrada no mundo audiovisual, mas recusa-se a aceitar a acusação de que a emoção acabe por matar o conhecimento propriamente dito. E vai ainda mais longe, e cito: «Eu ousaria afirmar que, se não se reabilitar esta forma de conhecimento, um conhecimento imbuído de afectividade e de imaginação, nem sequer se entrará no século XXI, o século da informação e da comunicação». Ora aqui está uma afirmação bem contrária à tese de que a cultura mediático-televisiva, baseada numa forte componente sensorial, constitui uma ameaça real à cultura e ao desenvolvimento.

Babin acha, em resumo, que o mono é a cultura da razão, e que o «stereo» é a cultura da razão e da emoção. «A primeira – diz ele – vem do discurso oral e escrito; a segunda vem do discurso audiovisual». E continua: «Há uma ponte entre a razão e a emoção, entre o cérebro direito e o cérebro esquerdo. Um não pode cobrir o outro. Os dois canais, por natureza e necessidade, devem funcionar de maneira diferente sim, mas sem oposição e em complementaridade. Como um homem e uma mulher, ou como as duas vias da estereofonia». Fim de citação.

De um lado, e segundo este especialista, temos pois a cultura do pensamento, do verbo, da análise, da leitura; do outro, a cultura do sensorial, da emoção, dos sentidos. Por outras palavras: de um lado, a cultura da palavra, do jornal, do livro; do outro, a cultura do audiovisual, mais concretamente, da televisão e agora, cada vez mais da Internet. À partida, e segundo Pierre Babin,

elas não se opõem, não se agridem, complementam-se. É a tese dos integrados. O problema está em que, nos tempos que correm, pelo menos aparentemente, a cultura de matriz electrónica parece estar a submergir, perigosamente, a cultura do pensamento, da análise, do livro, da palavra. E, para alguns investigadores desta área, é isso que já está a acontecer.

O conhecido Gilles Lipovetski afirma-o claramente no seu livro *O Império do Efémero*. Ouçamos esta sua afirmação: «Os Media têm por efeito desestabilizar os conteúdos e a organização dos conhecimentos: ao saber fechado, mas dominado, do universo tradicional, substituiu-se uma cultura de massas muito mais alargada, mas também mais epidérmica, mais fluida. Os 'Media' determinam um tipo de cultura individual caracterizada pela turbulência, pela explosão, pela mistura sistemática, não dispondo já de saberes fixos. Sobreexpostos às inúmeras mensagens mutáveis, os indivíduos são muito mais receptivos às novidades do exterior, são sacudidos em múltiplas direcções em função das informações recebidas. Também a nossa relação com o saber é muito mais elástica: sabe-se muita coisa, mas quase nada de sólido, de assimilado, de organizado. A nossa cultura assemelha-se a um 'patchwork' móvel, a uma construção em fragmentos, sobre a qual o nosso domínio é fraco: cultura de mosaico ou rapsódica, como diz Cazeneuve». Fim de citação.

Gianni Vattimo, esse, num livro indispensável sobre esta matéria, *A Sociedade Transparente*, prefere utilizar, em vez de cultura mosaico, a expressão «cultura de dialectos,» para classificar a cultura que emergiu na e da chamada sociedade dos «mass media» O pensador italiano, um dos grandes filósofos da comunicação do nosso tempo, entende, e cito, que «a sociedade dos 'mass media' é precisamente o contrário de uma sociedade mais iluminada, mais educada (no sentido de Lessing ou de Hegel, ou também de Comte e de Marx). Os 'mass media' que, teoricamente, tornam possível uma informação em «tempo real» sobre tudo o que acontece no mundo, poderiam com efeito parecer uma espécie de realização concreta do Espírito Absoluto de Hegel, isto é, de uma perfeita autoconsciência de toda a humanidade, a coincidência entre aquilo que acontece, a história e a consciência do Homem. Mas a libertação das muitas culturas e das muitas *Weltanschauungen*, tornada possível pelos media, veio desmentir precisamente o ideal de uma sociedade transparente. A intensificação das possibilidades de informação sobre a realidade nos seus mais variados aspectos torna cada vez menos concebível a própria ideia de uma realidade. Talvez se concretize assim, no mundo dos 'mass media', uma profecia de Nietzsche: no fim, o mundo verdadeiro transforma-se em fábula» Fim de citação.

Apesar destas afirmações, não se pode dizer que Vattimo pertença ao grupo dos apocalípticos de que falava Umberto Eco. Na verdade, ele releva o lado positivo do efeito emancipador da libertação das diferenças e dos dialectos no mundo de hoje, efeito emancipador que os media tornaram possível, e cito:

«Se falo o meu dialecto num mundo de dialectos, escreve ele, se professo o meu sistema de valores – religiosos, estéticos, políticos, étnicos – neste mundo de culturas plurais, terei também consciência intensa da historicidade, da contingência e da limitação de todos estes sistemas, a começar pelo meu». Fim de citação. Para Vattimo, a grande defesa contra a ameaça da globalização cultural criada pelos «Media» são pois os próprios «Media» O que, à primeira vista se afigura um paradoxo.

É neste contexto de ambiguidade, de aparentes contradições, de receios e de esperanças decorrentes e característicos de uma sociedade de *mass media*, que a Igreja, também ela, enfrenta o «Desafio da Comunicação Social»

4. A Igreja e a Comunicação Social

Há que reconhecer que a Igreja Católica teve, ao longo de pelo menos dois séculos, uma relação difícil com a Comunicação Social, reduzida durante muito tempo, aos jornais e aos livros. Desde Clemente XII, na segunda metade do século XVIII, e até Leão XIII, essas relações foram marcadas por aquilo que Umberto Eco, três séculos depois, e num cenário bem diverso, haveria de chamar de reacção apocalíptica. Sintetizando: a Imprensa, que saíra fora do controlo da Igreja, era vista como um inimigo terrível que tentava destruir os fundamentos da fé e da moral cristã. Por isso mesmo, a liberdade de imprensa constituía um direito monstruoso. Na segunda parte do século XIX, esse sentimento de pânico dominava ainda as relações da Igreja com o mundo. A publicação do *Syllabus* foi, por certo, a expressão mais dramática desse comportamento, que tão gravemente afectou a sua imagem

Com Leão XIII, teve início uma viragem na mundividência cristã, e essa viragem chegou também à área daquilo que chamamos hoje a comunicação social. O papa da *Rerum Novarum* propõe uma nova estratégia relacional: tinha chegado o momento de a Igreja deixar de ficar presa em lamentos e acusações, e de os cristãos se envolverem, eles próprios, na criação de uma imprensa de qualidade. Esta seria a melhor resposta aos abusos dos jornais anarquistas e maçónicos, e aos seus ataques ao catolicismo. Era o começo de uma nova era que, sendo lenta e difícil, acabou por levar a Igreja a uma nova relação com o mundo da comunicação, uma nova relação visível sobretudo a partir da segunda metade do século XX, com o papa Pio XII.

Mesmo assim, pode dizer-se que as preocupações da Igreja com os *mass media*, que, entretanto, já não se confinavam só à imprensa, mas que integravam já a Rádio e a Televisão, eram ainda, predominantemente, de carácter pastoral e ético, embora Pio XII já se tenha servido da Rádio para tarefas de evangelização. Mesmo por altura do Concílio Vaticano II, aquilo que se chama hoje de teologia da Comunicação não tinha dado ainda os primeiros passos, pelo menos em ter-

mos sistemáticos. O grande interesse pelos Media, evidenciado particularmente nas encíclicas de João XXIII, a *Mater et Magistra* e a *Pacem in Terris* e na *Communio et Progressio* de Paulo VI tinha um carácter marcadamente ético. E nem se pode dizer que a Comunicação Social tenha constituído um tema prioritário do Concílio Vaticano II. As grandes preocupações da Igreja de então iam para outros problemas do mundo considerados prioritários, nomeadamente o da nova imagem da Igreja, as relações entre os povos, a Paz e a Guerra, a Justiça e o Desenvolvimento, a Política e a Economia. A própria *Gaudium et Spes* é muito sucinta nas suas referências à Comunicação Social.

No entanto, o facto de esta ter merecido a discussão, a aprovação e a publicação de um decreto conciliar, «Inter Mirifica» ‘traduz alguma consciência que já então havia da importância da Comunicação Social. Apesar disso, a maior parte dos historiadores e especialistas do Concílio acha que, em termos de pensamento filosófico e teológico, esse documento é relativamente pobre. Há quem fale mesmo de vazio teológico.

É verdade que o Concílio teve uma carácter eminentemente pastoral, e que o decreto se ficou dentro das linhas desse parâmetro, mas, de qualquer modo, o «Inter Mirifica» não pertence ao conjunto dos documentos marcantes nascidos do Concílio. Como escreve Niceto Blasquez, em *A Ética e os Meios de Comunicação*, e cito, «este documento vale mais por aquilo que moralmente significa, já que o Concílio teve em conta o fenómeno dos *mass media*, do que propriamente pelo estudo em profundidade sobre esses próprios Meios»

De então para cá, a Comunicação Social em geral, e os audiovisuais em particular, tornaram-se um tema-chave, não só da pastoral, mas também da mundividência cristã e, por isso, da própria teologia. Neste contexto, as mensagens de João Paulo II, no Dia Mundial das Comunicações, constituem um excelente manancial de textos de cariz ético, pastoral’ mas também teológico sobre os «Media»

E voltamos ao princípio: a Comunicação Social constitui realmente um desafio multifacetado, mas esta palavra não tem hoje na Igreja uma carga apocalíptica. Basta recordar o que já Paulo VI escrevia na *Evangelii nuntiandi*: «A Igreja sentir-se-ia culpada diante de Deus, se não utilizasse esses poderosos meios que a inteligência humana aperfeiçoa cada vez mais». Fim de citação. A Igreja aceita pois que a Comunicação Social representa uma das maiores conquistas do Homem, que deve estar sempre ao serviço dos homens, e que os cristãos se devem servir dela, para servir os homens. Esse é que é o grande desafio. Mas este desafio passa por outros desafios, entre os quais se destaca um: o da presença dos cristãos nos Meios de Comunicação.

Não vem para aqui a abordagem da famosa polémica do que seria melhor para a Igreja no seu serviço aos homens: ter órgãos de comunicação próprios, e falo especificamente dos grandes meios, ou ter cristãos a trabalhar em órgãos de comunicação pluralistas. Penso que não estamos perante uma alternativa,

mas de uma forma de complementaridade. Não está provado que, numa sociedade pluralista, a simples propriedade, mais ou menos real, de um ou mais grandes Meio de Comunicação seja uma solução segura, eficaz, e definitiva para os problemas que os cristãos enfrentam nesta área. Mas nada pode provar também que a presença de alguns cristãos, apesar de nunca ser inócua, seja suficiente para influenciar, só por si, o sistema dominante desse mesmo Meio, se, porventura, este não servir a verdade, o respeito, e a promoção do homem individual e social. Trata-se de opções difíceis que merecem muita capacidade de discernimento e também de coragem, mas sempre com um pressuposto: de que, seja qual for a resposta a esta dúvida, o objectivo nunca pode ser o de dominar, mas o de servir.

Certamente que há ainda muitos outros desafios. Mas permitam-me que termine aqui esta comunicação, até para termos algum tempo para dialogar, se assim o entenderem.