

# Temas filosóficos da comunicação na contemporaneidade

Manuel José Lopes da Silva\*

## Índice

1 Introdução	1
2 O projecto ilustrado	1
3 A perspectiva intersubjectivista	4
4 Filosofia posmodernista	8
5 Ética da comunicação	9
6 Reflexões finais	11
7 Bibliografia	12

## 1 Introdução

As relações entre a filosofia e a comunicação são muito estreitas como já muito bem sabiam os mestres da antiguidade a começar por Platão e Aristóteles que a elas se referiram em textos que ainda hoje mantêm actualidade e interesse.

É impossível abarcar todas as questões levantadas ao longo do tempo numa simples conferência, estando portanto limitados a escolher alguns temas considerados de interesse, numa opção que é naturalmente profundamente subjectiva.

Os temas filosóficos escolhidos privilegiam as implicações sociológicas directas e são abrangidos por aquilo que designamos por teoria da sociedade de massa, mas têm

também implicações de carácter psicológico, antropológico, económico e político.

Trata-se duma problemática actual muito complexa na qual trabalham investigadores de vários países, e estamos ainda longe da síntese e da sistematização a que todos aspiramos.

Que a complexidade caracterize a situação actual não nos deve surpreender, depois que Morin proclamou o homem, esse desconhecido, como um ser já não complexo mas sim hipercomplexo.

As quatro correntes actuais do pensamento que escolhemos foram as do renovado projecto ilustrado, a da perspectiva intersubjectivista, a pós-modernista e a da ética da comunicação.

## 2 O projecto ilustrado

No próprio momento em que muitos pensadores anunciam o fim da modernidade por esgotamento, não deixa de ser curioso que outros reivindiquem o interesse na renovação dos ideais ilustrados para corrigir os desvios da comunicação social dos nossos dias.

A Ilustração, como sabemos, surgiu entre duas revoluções (1688/1789) e constituiu um amplo movimento que representou uma pro-

---

\*Prof.Jub.UNL, Investigador do CECL/DCC.

funda mutação nos domínios político, económico e científico.

Resultou do desenvolvimento do naturalismo, do princípio protestante do livre exame (free thinkers), do direito natural, assim como da filosofia racionalista e empirista do Sec XVII representada por Descartes, Hobbes, Spinoza, Leibniz, Locke e Bayle.

Racionalismo e naturalismo combinados com a consciência do valor do Homem dão uma firme confiança na bondade da sua natureza e no poder das novas ciências físico-matemáticas, e dão por resultado uma atitude optimista perante a vida que aliás se converte em hostilidade contra os valores religiosos, políticos e filosóficos representativos do passado.

Os humanistas da Renascença tinham como meta ideal a cultura clássica, enquanto que os “filósofos” da ilustração confiam no futuro, no progresso da humanidade.

O movimento é iniciado com Locke que proclama como valores políticos fundamentais a liberdade, a igualdade e a fraternidade entre todos os cidadãos dos estados modernos. Tais valores tiveram talvez a sua máxima expressão no texto da constituição dos Estados Unidos, que remete aliás para o deus dos filósofos, desligado do mundo, contra a tradição dos antigos.

Tais ideias passam a França onde encontram terreno propício no racionalismo cartesiano, mas também no naturalismo de Rousseau.

Este defende a ideia simplista de que os homens nascem naturalmente bons, e que há que confiar neles.

Mas também a ilustração manifesta uma confiança sem limites nas capacidades da razão humana.

Por isso os ilustrados confiam com um

optimismo ilimitado nas forças do Homem, na natureza e na Razão, o que teve como bons resultados fomentar as instituições que o promovem: a educação, as ciências, as artes e a economia, com o que aspiravam a atingir uma vida nova e uma sociedade mais perfeita e feliz.

Grandes palavras resolvem todos os problemas: natureza, razão, ciência, luzes, método (o de Descartes para as pessoas simples), análise, indução, dedução, progresso, liberdade, beneficência, benevolência, simpatia, tolerância, filantropia, igualdade, fraternidade.

Até Kant, já na Aufklärung alemã, não se encontra um pensamento sistematizado. Mas com ele surge uma reflexão já madura sobre a razão, e o seu exercício pelos cidadãos.

A Ilustração que desencadeara um processo de emancipação em relação à anterior menoridade culpável, indica ao indivíduo a máxima de pensar por si próprio. A partir desse momento, a subjectividade autónoma e desligada de todo o laço coercitivo entende-se a si mesma como uma instância argumentativa legítima reivindicando a passagem daquelas matérias públicas monopolizadas para um novo espaço inter-subjectivo formado pela concorrência pública de argumentos privados.

A partir de tais pressupostos a concepção ilustrada do pensar equivale a fazê-lo em voz alta, linguisticamente. Como diz Kant, é difícil para todos os homens individualmente considerados esforçar-se por sair da menoridade a que foram abandonados na natureza. Mas é possível que um “público” se ilustre a si mesmo; contanto que o deixem em liberdade é quase inevitável.

Por esta via surge a noção de “espaço público” moderno e a consequente consolida-

ção da ideia de “opinião pública (öffentlich Meinung)”.

Uma tal reflexão de Kant é prolongada por filósofos posteriores que estudam as condições de surgimento da intersubjectividade moderna, mas Kant afirma ainda que o princípio da “publicidade” é um conceito transcendental do direito público.

Uma proposta que não possa publicar-se sem provocar o seu fracasso, que deve manter-se em segredo para conseguir êxito, essa proposta não pode basear-se senão na injustiça com a qual ameaça todos.

De toda esta ampla perspectiva alguns pensadores contemporâneos retêm os valores de liberdade, igualdade, inter-relação, de indivíduo, de direito à expressão, de interesse pelas técnicas que simplificam a vida e que a comunicação moderna persegue.

Mas também, como resultado da emergência do indivíduo, surgem o mercado e a democracia (Sec. XVIII) que dominam a comunicação dos nossos dias.

A Democracia, tal como o espírito da modernidade, valoriza o grande número em nome da luta política a favor da igualdade com a consequência de se gerarem duas dimensões antinómicas, o indivíduo vs massa que são hoje dificilmente compatibilizáveis.

De facto, liberdade e igualdade são complementares e exigem equilíbrios e ponderações difíceis, principalmente porque se trata de assuntos muito manipulados por políticos pouco conscientes.

Não podemos deixar de assinalar, de passagem, o que a modernidade representou de ruptura com os vínculos naturais, a família, a aldeia, o trabalho, mesmo os de classe ou religiosos.

Numa tentativa de recuperar o indivíduo da massa, e supondo que os cidadãos das mo-

dernas democracias ainda são susceptíveis dum pensamento autónomo, Wolton propõe para a sociedade que utiliza os modernos meios de comunicação, a designação de sociedade individualista de massa, onde dominam as duas raízes antagónicas de liberdade e igualdade, de indivíduo e de massa.

Em tal sociedade há a tensão igualdade/hierarquia, a igualdade em nada se opondo à realidade dum sociedade bastante imóvel e estratificada, e também a tensão fecho/abertura ligada ao facto da abertura e a comunicação se terem tornado as referências dum sociedade sem grande projecto depois da queda do ideal comunista, e ainda o atraso entre a elevação geral do nível de conhecimentos e a realidade massiva dum desemprego desqualificante.

Tudo concorre afinal para criar no meio urbano um quadro de vida inaceitável e desumano.

Todavia os meios de comunicação podem ajudar a superar tais tensões dialéticas, privilegiando o tipo de comunicação normativa, orientada para a transmissão de valores à comunidade, sobre o tipo de comunicação funcional orientada fundamentalmente para o mercado.

É por isso que autores como Wolton e Graham insistem no fortalecimento de formas de comunicação não sujeitas às leis do mercado como, por exemplo, o serviço público de radiodifusão.

A Internet, entretanto surgida, pode também ser considerada um símbolo ilustrado. É imaterial (portanto ecológica), convivial, directa, soft, instantânea, cria uma realidade virtual que não necessita de se justificar face à tradição.

Ela utiliza instrumentos que não reclamam um esforço especial e libertam o homem para

o fazer navegar num universo íntimo e silencioso.

Nos valores da modernidade a ecologia, ou seja, a protecção do ambiente desempenha um papel essencial quase igual ao tema da luta de classes no Sec. XIX.

Duma certa maneira encontram-se na cibercultura os mitos do pensamento socialista e comunista dos Sec. XIX e XX mas sem ódio nem violência.

É o sonho dum mundo fraternal, sem fronteiras, sem hierarquias entre pobres e ricos de que as técnicas da comunicação seriam o estandarte.

O sucesso das novas tecnologias da comunicação estaria então à altura das decepções ideológicas do Sec. XX.

Talvez que o conceito central de “rede”, tão importante actualmente, remeta para o ideal de liberdade e para a procura dum princípio de solidariedade...

Mas a esta perspectiva idealista da comunicação opõem muitos pensadores algumas reservas de bastante gravidade.

O próprio Wolton se inquieta com os efeitos massificantes da comunicação, que no caso da rádio e da TV criam situações de teledependência e insensibilização contrários à promoção duma saudável intersubjectividade que é o fundamento da comunidade humana.

Do ponto de vista do mercado é hoje ponto assente que a concorrência diminui a qualidade da comunicação de massa e promove a violência e o mau gosto na sociedade.

É por isso que bem podemos dizer que razão tinham os frankfurtianos, que sem negar a referência ideal da comunicação, vêm na multiplicação das técnicas, no desenvolvimento das indústrias culturais e no crescimento dos grandes grupos de comunicação

a prova da reificação daquela e a sua alienação nas categorias de dominação económica e aprisionamento ideológico.

Wolton, ele próprio, acredita que haverá sempre uma capacidade crítica dos indivíduos capaz de os libertar de tais dominações, mas não consegue avançar com argumentos suficientemente convincentes face à realidade que todos os dias salta aos nossos olhos com o triunfo dos índices de audiência.

Face aos ideais da Ilustração temos de concluir que a comunicação se afasta deles cada vez mais, porque de facto a Internet ou a futura TV interactiva promovem uma exclusão social crescente.

Se a elite dos que têm dinheiro tem acesso a cada vez mais informação (o que não significa melhor informação ou mais conhecimento), os domínios sociais sem recursos ficarão reduzidos a cada vez menos informação e cada vez mais alienação.

A igualdade no acesso à comunicação está a dar-se pelos níveis mais baixos (dumb us down...), a liberdade de expressão é um conceito vazio dados os critérios editoriais do tipo “agenda setting“, que condicionam a opinião pública e a manipulam tornado-a opaca.

### **3 A perspectiva intersubjectivista**

Tentando ultrapassar o estruturofuncionalismo, várias propostas insistem no estudo da pessoa e das relações inter-subjectivas.

A base da sociedade é a comunidade como propõem Tönnies e Max Weber, mas uma dimensão essencial desta é a intersubjectividade, que muitos autores consideram estar a

ser corroída pelos modernos meios de comunicação.

Não é porém a intersubjectividade de Husserl aquela que aqui nos interessa, pois que essa contempla fundamentalmente uma dimensão cognoscitiva.

Na sua Quinta Meditação cartesiana ele analisa passo a passo a forma em que se constitui a consciência por meio da *Fremderfahrung* (viagem ao estranho) da comunidade concebida como “*intermonadologische Gemeinschaft*”. A proposta da “empatia” de Edith Stein, sua discípula, não é suficiente para ultrapassar o fechamento próprio destas monadas fenomenológicas.

Também não é aquela que está associada ao interaccionismo de George Mead nem aos jogos de linguagem de Wittgenstein e que Jürgen Habermas utilizou para construir a sua teoria do “agir comunicacional”.

A intersubjectividade aqui referida é antes a que resulta dos sujeitos participantes na comunidade serem essencialmente abertos ao diálogo, e conseqüentemente ser esse mesmo diálogo uma dimensão essencial que lhe é própria.

Precisamente, uma forma de manifestar a nossa personalidade, ou seja a nossa intimidade, consiste em dialogar com os outros.

Esta manifestação íntima, dizendo cada um o que trás dentro de si, dirige-se sempre a um interlocutor visto que o Homem necessita de dialogar, de comunicar, de acordo com a sua natureza própria. E esta necessidade de diálogo é até uma das questões mais debatidas hoje em dia, não só em filosofia com em ciência política.

O impulso de compartilhar o mundo interior com alguém que nos compreenda é muito forte nos homens e nas mulheres, de tal modo que eles não podem viver sem dia-

logar porque são como vimos seres constitutivamente dialogantes.

Por ser “pessoa” dotada de intimidade/abertura o homem necessita do encontro com o “tu”, com alguém que o escute e com quem compartilhe vivências.

Sem comunicação não há verdadeira vida social, e de tal modo é assim que muitos pensadores concebem hoje a sociedade ideal como aquela em que todos dialogam livremente para pôr-se de acordo sobre as regras da consciência (Rawls).

O conhecimento da própria identidade, a consciência de si próprio, só se alcançam mediante a intersubjectividade, quer dizer graças ao concurso dos outros.

A formação da personalidade humana tem por fim leva-la a, não prescindindo da sua identidade própria, atingir uma maturidade e uma integração harmoniosa no ambiente social estabelecendo relações interpessoais positivas.

A necessidade natural do Homem de actuar junto com outros, pressupõe a existência de modos de acção que respeitem a sua dignidade essencial, sendo a participação o modo mais adequado da actuação em comum.

Na comunidade humana a comunicação criadora de intersubjectividade desempenha um papel essencial – de modo que sem uma boa comunicação não há comunidade.

Viver em comunidade significa compartilhar bens, sobretudo intelectuais, podendo – se dizer que aquela é vivificada pelos bens comuns.

Uma instituição sem “comunidade” é uma pura organização de funções sem bens compartilhados nem tarefas comuns; é uma máquina com força, mas impessoal, sem alma, onde não há diálogo, nem participação na de-

cisão, como tantas vezes sucede na burocracia.

O que se compartilha numa comunidade é querer os mesmos fins e valores, e usar em comum os meios de que se dispõe para atingi-los; uma instituição é tanto mais forte quanto mais meios tenha para atingir os seus fins e defender os seus valores, e quanto mais podem compartilhá-los os que dela fazem parte.

Uma comunidade realiza o comum de várias maneiras, sendo a primeira a busca do Bem comum, que são os fins e valores perseguidos e os meios ou capacidades de que se disponha para os atingir. Outra é uma vida em comum, um tempo (anos, séculos) durante o qual os membros da comunidade viveram juntos, mais ou menos intensamente.

A tarefa e a obra comuns orientam-se para realizar, incrementar de dentro, e difundir para fora os valores da comunidade.

A amizade social resulta da intersubjectividade, mas é em comunidade que se pode transformar mais facilmente em amizade pessoal.

Sendo a pessoa humana aberta à amizade, isto significa que é quando se integra numa verdadeira comunidade que ela pode alcançar a sua plenitude.

Esta perspectiva realista da actuação em comunidade não distingue entre a acção social e a acção afectiva de Max Weber, porque efectivamente elas são indiscerníveis na vida corrente.

Como referimos, a comunicação é uma dimensão essencial na criação de intersubjectividade, e é por isso que é importante reflectir sobre a sua relação com a actual sociedade individualista de massa, que naturalmente pressupõe a existência duma comunidade nacional.

Diversos autores têm analisado esta questão, sendo Graham de Oxford e Wolton do CNRS quem mais trabalhos têm publicado numa perspectiva de justificação do designado serviço público de radiodifusão.

O ponto de partida é a constatação da falência do mercado da comunicação (rádio e TV) em promover uma programação de qualidade, sendo os operadores comerciais obrigados a criar uma dinâmica que puxa culturalmente os destinatários para baixo (dumbing down).

O mercado, sendo por definição a mera organização de decisões individuais, não tem em conta a intersubjectividade, criadora de relações complexas entre comunidade, cidadania e cultura .

Em particular, a fragmentação de audiências que as forças propulsoras do mercado da radiodifusão produzem, corrói as comunidades e as culturas por limitar as experiências partilhadas das pessoas, ou seja, corrói a intersubjectividade.

Do ponto de vista psicológico sabemos que a rádio e a TV, em geral, tendem a fechar as pessoas sobre si próprias, impedindo o diálogo e todas as formas de convivência familiar e social.

Numa perspectiva política, considera-se que numa sociedade democrática é indesejável que os MCS estejam inteiramente sob controlo privado, e especialmente, em poucas mãos. Além disso a criação e a manutenção de “conhecimento comum” é um elemento vital no funcionamento da democracia e ele não é adequadamente salvaguardado pelos mercados puramente comerciais.

Em democracia os cidadãos têm direito a um núcleo de dados informativos sobre a sociedade, como por exemplo notícias da actualidade, sobre direitos cívicos, criação cul-

tural, orientação sobre o consumo, etc, que o mercado se não preocupa de todo em proporcionar.

Neste aspecto o mercado não assume qualquer responsabilidade social, os seus objectivos consistem apenas na “venda” de programas.

Como membros duma comunidade necessitamos dum sentido da nossa própria identidade que resultará do modo como nos situamos dentro dela.

A comunicação promovida pelos meios comerciais tem antes outros objectivos, baseados essencialmente na manipulação das tendências consumistas dos consumidores, sem relação com os valores da sociedade.

No domínio da informação de actualidade, sabemos como a Agenda dos Media está essencialmente ligada à Agenda Política, e como ambas exercem uma apertada filtração sobre o conjunto dos factos sociais. A Agenda dos MCS não traduz, nem tende a exprimir, um diálogo social livre de coacção que é o ideal ilustrado desde Kant.

A “opinião pública” do Sec. XXI surge para um observador independente, não como a expressão de consensos livremente negociados mas como o resultado do jogo de interesses políticos e principalmente económicos que chegam até a difundir a falsidade em vez da verdade.

O contratualismo social constitui uma velha tradição na história do pensamento político surgida após a quebra do direito natural clássico, tendo-se convertido em verdadeiro substituto da legitimação.

Na actualidade surgem como seus defensores os chamados “new contractarians” ou seja os da Escola de Erlangen, e John Rawls, Nozick e Buchanan.

Como sabemos, Rawls desenvolve uma

revisão da concepção kantiana da autonomia e do imperativo categórico: a ideia fundamental que contém a noção de justiça é a imparcialidade ou, dito de maneira positiva, a sociabilidade.

O contratualismo seria assim uma alternativa ao intuicionismo e ao utilitarismo: a justificação dos valores e normas por meio do recurso a um contrato fundacional público (original position) levado a cabo com imparcialidade e racionalidade (Theory of Justice).

Habermas considera que o surgimento do contratualismo põe de manifesto a universalidade que caracteriza a compreensão ocidental do mundo. Segundo ele, poderá esperar-se a constituição duma ética de tradição kantiana em que as normas se justifiquem através dum discurso livre, sob compromisso vinculante de respeitar as condições do falar racional.

Não é possível sequer resumir as objecções dos vários autores a esta proposta ética do agir comunicacional.

Reflectindo sobre a realidade da comunicação da sociedade individualista de massa em que vivemos, não podemos evitar a constatação do modo porque ela se afasta dos pressupostos contratualistas pelas razões apontadas anteriormente.

Como refere Aristóteles na Política “a palavra é para manifestar o daninho e o conveniente, o justo e o injusto, e é exclusiva do homem frente aos outros animais o ter ele só o sentido do bem e do mal, do justo e do injusto, etc, e a comunidade destas coisas é que constitui a cidade (Aristóteles, Polit. I,2,1253 a 14/18)”.

O sentido do bem e do mal só se manifesta no “logos” que designa, além disso, uma “proporção” com a realidade, verdadeiro nexo referencial da comunicação.

Muito longe está o mundo da comunicação dos nossos dias desta perspectiva sensata e realista...

#### 4 Filosofia posmodernista

Só com algum sentido de humor os pós-modernistas poderão aceitar a designação de Filosofia para o conglomerado das suas propostas filosóficas. Trata-se dum conjunto de posições essencialmente críticas e negativas face ao malogro do projecto ilustrado e que se situam mesmo para além do pos-estruturalismo.

A guerra de 39/45 teve profundas implicações políticas, económicas, sociais e filosóficas, sendo uma delas a sobrevalorização das estruturas sociais e políticas relativamente às pessoas. É com o estruturalismo que assistimos à “morte do sujeito”, na sequência da “morte de Deus” de Nietzsche e Bonheffer que já anunciavam também a morte do homem.

Estabelecia-se o império do discurso, com a sua estrutura sincrónica mas também com o seu dinamismo diacrónico.

O pos-modernismo radicalizou a crise da razão, perdendo a filosofia “a esperança da totalidade”.

Se as totalidades oferecidas pela modernidade se revelaram equívocas, agora já se não oferece uma nova síntese, mas decreta-se o sincretismo da razão, a fragmentação do mundo da vida, a desconexão entre os vários saberes, a impossibilidade de justificar a acção e estabelecer a legitimidade política.

Contra a oscilação da subjectividade, procurando um ponto de apoio, o pós-modernismo propõe que se pense sem um ponto de partida nem um final absolutos, que o jogo de linguagem substitua o sentido.

Frente à filosofia moderna da representação que pretende estabelecer uma identidade entre o sujeito e o objecto, entre o real e o conceito, que trata de reduzir a multiplicidade à identidade racional, haveria que pensar a diferença em si mesma, o que não se pode reduzir, ordenar, hierarquizar, representar.

Em palavras de Derrida, trata-se de “deconstruir” o discurso absoluto de Hegel, porque para este o assunto de pensar é o pensamento enquanto conceito absoluto.

Para nós o assunto de pensar é, em termos provisórios, “a diferença enquanto diferença” (Derrida).

A ontologia reduz-se assim à semiótica e pragmática: não existem elementos mas traços, tecidos (redes), remissões significativas.

Para o primeiro Foucault, o mundo é o mundo para nós configurado pelo discurso, não há uma realidade em si, só “objectos de discurso”; fora da sua significação discursiva os seres não são nada.

Tais são os aspectos significativos da opção filosófica subjacente ao pos-modernismo.

Como já advertira Husserl, o núcleo da crise das ciências europeias é constituído pela renúncia, directa ou implícita ao conhecimento do real.

Muito contribuiu para tal evolução o progresso científico e tecnológico, bem patente nos sistemas de comunicação. Na sequência do desenvolvimento da rádio dos anos 20 do Sec. XX surge a TV dos anos 50, ambas já assumidamente meios de comunicação de massa. Mas no pós-guerra de 45 apareciam também os computadores, começando a partir daí o desenvolvimento acelerado da Informática e da Cibernética.

Hoje em dia as áreas de Comunicações



(Rádio, TV, Teleinformática), Conteúdos (Programas, Mensagens) e Computadores (Informática) convergem rapidamente para uma estratégia comum, caracterizando uma nova sociedade emergente, a Sociedade da Informação, SI.

Com este cenário de fundo é mais fácil entender a proposta pós-modernista.

A par dos conceitos de “desconstrução” e “diferença” que recusam as propostas modernas de totalidade e ordem tão presentes ainda em Newton e Hegel, os pós-modernistas avançam com o conceito de “hiper-realidade” segundo o qual o mundo está a tal ponto sob a influência de culturas mediatizadas que o sentido da realidade é intensificado num grau em que a sua simulação (como na TV) são vivenciadas como mais “reais” do que as realidades que elas simulam.

Não se pode dizer que os pos-modernistas não têm de todo razão nos seus exageros linguísticos.

A verdade é que hoje se reconhece geralmente que a comunicação de massa cria efectivamente imagens por vezes bastante afastadas da realidade, e que chega mesmo a criar factos “virtuais” com origem em si própria e não no mundo das coisas correntes.

Ouvimos em tempos Baudrillard a expor estas ideias e na altura dificilmente o tomámos a sério.

Mas hoje, com o advento dos novos sistemas de informação e comunicação, reconhecemos que, apesar de exagerada, a ideia de realidade virtual fascina muitos dos nossos contemporâneos.

Por isso tomamos a sério a sugestão do filósofo Innerarity de que há um acordo secreto entre a filosofia pós-modernista e a So-

ciiedade da Informação para desmaterializar o mundo.

Porém, a ironia de tal opção está em que ao desmaterializarem o mundo as novas tecnologias da informação e da comunicação, NTIC, materializam obstinadamente as ideias como acontece por exemplo com as imagens de síntese.

Não é estranho este desfecho se pensarmos no impulso inicial da reviravolta linguística que iniciou um processo nominalista privilegiando as palavras sobre as coisas.

O nominalismo a partir de Profíro e Filopónio exibiu sempre a sua opção materialista, que esteve na base da querela dos universais da Idade Média.

Uma tal opção materialista reflecte-se no mercado da rádio e da TV que promove a programação de baixa qualidade e o consumismo. A defesa duma radiodifusão (rádio e TV) de qualidade feita por Graham e Wolton em nome dos valores da comunidade, entra frontalmente em conflito com as tendências actuais desse mercado e esse é um problema fundamental que a nossa sociedade tem de superar.

## **5 Ética da comunicação**

Que os sistemas de comunicação têm de ser orientados por um quadro teleológico que aponte para consignas sociais é aceite geralmente por sociólogos e sistémicos. Já vem dos anos 30 e 40 do século XX a preocupação de lembrar aos comunicadores a sua responsabilidade na constituição e saudável evolução da sociedade, a começar por Laswell.

De facto “comunicação social ” significa uma comunicação ao serviço da sociedade, e se afirmações como “contribuir para a in-

tegração social” ou para “o diálogo social” são pacíficas, também o são a “transmissão da herança cultural” e “apoiar a mudança social”.

Mas o que verdadeiramente está em causa hoje em dia é o respeito por valores mais profundos.

Vásquez Fernández e Chris Frost escreveram duas obras importantes sobre a ética da comunicação com base na filosofia dos valores e com bons estudos de casos.

Fernández elege como ponto de partida a relação fundamental Pessoa/Ética estabelecida na Metafísica, mas sublinha que a ética está também relacionada com a psicologia, a sociologia e a teologia, e sendo assim este autor examina o significado de “Bem”, distinguindo entre “Bem natural” e “Bem moral”.

As dialéticas media/droga, público/privado, rigor/sensacionalismo, paz/terrorismo devem ser examinadas à luz do Bem e da Verdade, e das implicações da comunicação com a sociedade.

Frost parte duma base empirista procurando as relações entre a Verdade e a Moralidade (por exemplo, justiça, fairness), entre a verdade e a imparcialidade.

A Verdade é o seu valor fundamental de referência em que assentam a liberdade de expressão, a democracia, o respeito pelos consumidores, pelo bom gosto, pela decência, relacionados também com o Belo, um valor tantas vezes olvidado.

De acordo com a sua orientação empirista, examina a questão dos códigos de conduta e a auto-regulação nas suas relações com o problema das decisões editoriais, de importância nevrálgica no regimen altamente concorrencial em que vivem os media hoje, em

que as políticas editoriais nem sempre são justas, “fair”.

Todos os valores clássicos, Bem, Verdade, Beleza, Justiça, são hoje invocados como sempre foram, mas agora na qualidade de hiper-bens como propõem Macintyre e Taylor na perspectiva duma ética realista.

Na base duma tal ética está afinal o reconhecimento de que os homens procuram o bem comum, base da sua vida em sociedade, e também o seu próprio bem e também o dos outros.

Também valores como igualdade, liberdade e responsabilidade são hoje invocados por serem considerados indispensáveis ao Bem comum.

Tanto se afasta deste ideal a comunicação contemporânea que até parece apostar antes na promoção dos contravalores como a violência, o mau gosto, a obscenidade.

A Europa adoptou nos últimos anos o modelo comercial de radiodifusão (rádio e TV) que antes tinha sido estabelecido nos EUA.

Passou subitamente dum regime de monopólio com responsabilidade social para um regime de mercado livre, assistindo-se a uma assustadora quebra dos padrões de qualidade. Tal resultou de não se ter assegurado previamente o bom funcionamento dos órgãos de regulação, que nos EUA desde 1950 impediam os excessos dos operadores.

Há indícios de que a sociedade está a rejeitar a má programação comercial. A reacção havida recentemente em Portugal contra programas que não respeitaram a intimidade dos participantes, foi intensa e universal.

Generaliza-se a ideia de que os telespectadores têm direito a uma programação que não agrida permanentemente os valores que prezam e que não insista em receitas popu-

listas de êxito fácil mas prejudiciais à sociedade.

Ganha corpo a ideia de que é necessário e urgente recorrer a uma Ética da Responsabilidade na linha da proposta de Hans Jonas.

As Associações Cívicas desempenham um importante papel na responsabilização social dos operadores pelos exageros que cometem com a má programação, forçando os Órgãos de regulação do sector a intervir em casos concretos do foro moral.

Também é importante a pressão que exercem na opinião pública para que esta exija a negociação dum Código de Ética entre os Operadores comerciais.

Mas talvez que a sua missão mais importante seja a ajuda aos destinatários dos MCS a assumirem a sua responsabilidade na escolha dos canais que utilizam, mediante uma persistente Educação para os Media através do Sistema de Ensino e das Associações Cívicas para tal vocacionadas.

## **6 Reflexões finais**

As questões da comunicação que acabámos de examinar indiciam a existência duma crise profunda da sociedade em que vivemos.

Em meados do século passado Paul Hazard escreveu um livro (*A crise da consciência europeia*) que teve algum impacto nas esferas intelectuais. Ele analisou a mutação espiritual que se deu na Europa entre as duas revoluções, a de 1688 e a de 1789, aparentemente inexplicável porque parecia apenas uma reviravolta na moda dos salões literários da época.

Uma tal crise nunca foi solucionada e tornou-se cada vez mais aguda, até que três séculos depois deu origem ao anúncio do fim da modernidade.

Heisenberg em meados do Sec.XX examinou essa crise numa perspectiva filosófica abrangendo a filosofia da natureza, e explicando-a satisfatoriamente.

A questão começou simplesmente com a distinção de Descartes entre *res cogitans* e *res extensa*, entre matéria e espírito, entre corpo e alma que tinha começado com a filosofia de Platão, levando à separação do Eu do mundo e em consequência também à separação de Deus do Mundo e do Eu. O triângulo platónico é assim quebrado, Deus é colocado tão acima do Mundo e dos homens que ele não aparece na filosofia de Descartes senão como ponto de referência comum estabelecendo a relação entre o Eu e o Mundo.

Enquanto que a filosofia grega tinha procurado descobrir a ordem numa infinita variedade de coisas e de fenómenos pela descoberta dum princípio fundamental, Descartes procurou estabelecer a ordem graças a uma divisão fundamental, porém as três partes resultantes duma tal divisão perdem muito da sua essência quando se considera uma delas separadamente das outras.

Isto mesmo podemos verificar nos temas da comunicação que examinámos. Com efeito vimos como os direitos fundamentais do Homem não são respeitados pela comunicação de massa, particularmente o direito a uma comunicação de qualidade. Ele é reduzido a um simples consumidor desprovido de valor intelectual, dessensibilizado ética e esteticamente, e fechado sobre si próprio sem comunicação directa com os outros homens e com o mundo.

Com as NTIC tende-se para a criação dum mundo artificial, virtual, que substitui fraudulentamente o mundo real, cortando efectivamente o contacto com este.

A massificação da sociedade promove a

perspectiva consumista e materialista onde Deus nem já é ponto de referência, tendo desaparecido do horizonte intelectual de muitos dos nossos contemporâneos.

E no entanto a visão actual do Universo, duma grandiosidade que não tem comparação com a dos gregos, leva a concluir que existe uma Ordem fundamental que é plena de intencionalidade, que transcende o mundo e nos assombra como refere K. Lorenz na sua conversa com Popper.

Essa unidade formal do Universo exhibe uma misteriosa Beleza que testemunha a existência de um Belo transcendental que é o esplendor da Verdade, como já os antigos tinham compreendido.

E hoje, dois mil anos depois do florescimento da cultura helénica, temos também do Homem um conhecimento que permite apreciar a sua grande riqueza ontológica: é uma unidade psico-somática dotado de inteligência e afectividade, ser hiper-complexo inexplicável pela simples luz da razão.

Adquirimos ainda uma convicção fundamental que era estranha aos antigos, a de que a Pessoa Humana é portadora de direitos fundamentais que não podem ser atingidos pelas políticas económicas ou sociais das sociedades contemporâneas.

A Comunicação Social tem a grande responsabilidade de contribuir para a construção duma nova sociedade, duma sociedade melhor, baseada essencialmente no respeito pela Pessoa Humana, com a sua intelectualidade e afectividade, com a sua intimidade e sociabilidade, e no respeito pelo mundo em que vivemos com base numa esclarecida filosofia da Natureza.

A comunicação social só poderá ser entendida e aceite como um meio de elevar a soci-

idade dos nossos dias a um nível intelectual, estético e ético de ordem superior.

## 7 Bibliografia

- “Filosofia de la Comunicacion”, Jorge Yarce (Ed.) e vários, Ed. Univ.de Navarra, Pamplona, 1986.
- “Dialéctica de la Modernidad”, Daniel Innerarity, Ed. Rialp, Madrid, 1990.
- “Historia de la Filosofia”, Teofilo Urdanoz, Ed. BAC, Madrid, 1985.
- “Penser la communication”, par Dominique Wolton, Flammarion, Paris, 1997.
- “Broadcasting, Society and Policy”, by Andrew Graham and G. Davies, Univ. of Luton Press, Luton, 1997.
- “Ética y Deontología de la Información”, por Francisco Vázquez Fernández, Paraninfo, Madrid, 1991.
- “Media Ethics and Self-Regulation”, Chris Frost, Longman, London, 2000.