
O sujeito nas teorias da comunicação: revisitando paradigmas fundadores¹

Bruna Couto ROCHA²
Universidade Federal da Bahia, Salvador, Ba

RESUMO

O presente artigo investiga concepções de sujeito em algumas das teorias originárias da Comunicação. Considerando que há um vasto conjunto de teorias e abordagens, com consequente dispersão na área, este trabalho tem como foco uma análise das primeiras teorias e escolas que se debruçaram sobre a comunicação, especialmente a partir da *Mass Communications Research*. Tomamos emprestada a categoria de sujeito na Psicanálise, para trabalhar a hipótese que, apesar das diferenças metodológicas, correntes diferentes e até concorrentes, se sustentam sob um mesmo paradigma epistemológico: o sujeito cartesiano e seu regime de cientificidade.

PALAVRAS-CHAVE: Sujeito; Teorias da Comunicação; Epistemologia; *Mass Communications research*; Psicanálise.

A comunicação é um fenômeno de linguagem e, como tal, marca diferença entre humanos e outros seres no planeta Terra. Enquanto campo de estudos, é produto da modernidade e do advento dos meios massivos. Os processos de industrialização, globalização e urbanização das sociedades modernas abriram um novo cenário para a comunicação humana, com uma presença decisiva da tecnologia e suas possibilidades de reprodução e alcance para além de antigas fronteiras de espaço e de tempo. As Teorias da Comunicação acompanharam o surgimento dos primeiros meios de comunicação de massa, a saber, a imprensa, o rádio, o cinema, a televisão e, mais recentemente, a internet. Em geral, foram e são teorias contemporâneas aos seus objetos de estudo, lutando contra o tempo acelerado das tecnologias, diante dos desafios de refletir sobre os fenômenos de uma dinâmica social em constante transformação.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, doutoranda em Comunicação e Culturas Contemporâneas (PósCom/UFBA), pesquisadora do Centro de Estudo e Pesquisa em Análise do Discurso e Mídia (CEPAD/UFBA), email: bruna.couto.rocha@gmail.com.

O presente artigo investiga concepções de sujeito, implícitas ou explícitas, em algumas das consideradas teorias originárias da Comunicação. Considerando que há um vasto conjunto de teorias e abordagens, com conseqüente dispersão na área e até impossibilidades de conciliação (Martino, 2017), o presente trabalho tem como foco uma análise das primeiras teorias e escolas que se debruçaram sobre a comunicação, especialmente a partir da *Mass Communications Research* (Wolf, 2012; Matellart, 2014; Martino, 2022). Tomamos emprestada a categoria de sujeito na Psicanálise, sobretudo na perspectiva de Jacques Lacan (1960; 1964; 1969/2016), bem como as elaborações de Freud (1912; 1921/2011) sobre as massas e a vida em sociedade, para sustentar a hipótese de que, apesar das diferenças metodológicas, diferentes correntes se sustentam a partir de um mesmo paradigma epistemológico: o sujeito cartesiano de Descartes e seu regime de cientificidade. Tal hipótese se ampara na observação dos seguintes elementos em comum:

- a. Idealizam o processo comunicativo;
- b. Se baseiam em uma concepção cartesiana de sujeito;
- c. Tratam o mal-entendido como um aspecto redutível

Ao “penso, logo existo” de René Descartes, e não sem ele, Freud fundou sua concepção de inconsciente a partir de um postulado quase oposto, “existo onde não penso” ou “o Eu não é senhor em sua própria casa”. Contra o empuxo à uma razão higienista, que teve adesão inclusive dos psicanalistas estadunidenses, Lacan (1964/2008) iniciou uma empreitada de retorno à obra freudiana e sua subversão do conceito de sujeito que fundamentava os domínios científico, político e cultural daquele momento, a saber, o sujeito da denominada “consciência”. O psicanalista traz uma revisão do conceito de inconsciente em Freud e defende que este é “estruturado como uma linguagem” (p. 27), tirando esta dimensão de uma posição mítica e trazendo-a para a ordem dos significantes. Esse movimento teórico operado de Freud e Lacan, a partir da clínica psicanalítica, tem efeitos sobre as ciências da linguagem e sobre a cultura, portanto, não deve ser ignorado pelas teorias da Comunicação. A impregnação do sujeito cartesiano nas bases da maioria das reivindicadas teorias da comunicação de massa e seus desdobramentos metodológicos é o que nos provoca na presente investigação.

Do problema dos efeitos às questões do sentido, este artigo interroga os modos de tangenciamento da problemática do sujeito na articulação que diferentes teorias fizeram sobre a relação entre meios de comunicação e o público. Pensar a questão do sujeito na

Comunicação exige um olhar para a construção epistemológica do campo, e suscita um questionamento de como se sustenta, desde então, o saber comunicacional. A própria discussão em torno do objeto é um campo aberto, embora haja uma defesa sobre o que caracteriza a singularidade da Comunicação, em relação às outras Ciências Humanas, a saber, o advento de meios de comunicação de massa (Martino, 2017, p.137) com suas transformações na sociedade. Martino (2017) argumenta que uma fragmentação demasiada do objeto comunicacional é um obstáculo à consolidação da Comunicação enquanto disciplina autônoma e com programa forte. O autor aponta que abordagens que reivindicam a interdisciplinaridade como única via possível de constituir o campo comunicacional, frequentemente claudicam na construção metodológica e, portanto, terminam por recair na ideia de que não há ciência da Comunicação, mas que a comunicação é um fenômeno a ser estudado por outras ciências.

A conversa com outras ciências é inescapável, ainda mais para uma ciência emergente como a Comunicação. Das teorias mais antigas às contemporâneas, é permanente o diálogo com outros campos: a Sociologia, a Psicologia, a Filosofia, além da Semiótica e da Linguística, com as quais a relação pode se produzir de maneira bastante íntima em algumas abordagens. As questões de pesquisa em torno dos processos comunicativos envolvem e perpassam questões que extrapolam as fronteiras disciplinares e operativas dos meios de comunicação.

O início da *Communications Research*, corrente preponderante no estudo dos meios nos Estados Unidos, foi marcado por uma necessidade de avaliação da eficácia dos meios de comunicação de massa e de sua capacidade de influenciar pessoas, modificar seus comportamentos, determinar suas decisões, sobretudo no campo das opiniões políticas. No cenário pós-guerras, os Estados Unidos reivindicavam o protagonismo de uma nova ordem mundial, baseada em uma democracia neoliberal e mercantil, cuja hegemonia geopolítica e cultural marcava a emergência de um modelo de sociedade baseado no individualismo, no produtivismo e na meritocracia. O indivíduo, portanto, é a célula fundamental do mundo capitalista moderno, interlocutor de toda uma discursividade social pautada no lucro e na promessa de felicidade.

É importante não escamotear que havia também um contexto subjetivo. A passagem de uma sociedade baseada na comunidade para uma sociedade pautada nos

direitos individuais não é sem consequência, ainda mais após as inúmeras tragédias políticas, entre elas a segunda guerra mundial, que escancarou a faceta brutal da humanidade. Barroso (2015) discute os efeitos do pós-guerra para os campos de saber, evidenciando o empuxo à medicalização no campo psiquiátrico e o discurso da civilização, pautado na biologização e no discurso da ciência como forma de verdade, como antídoto para não se haver com os destroços materiais e subjetivos do conflito (Barroso, 2015, p.58). Em 1913, Freud escreveu que

Toda a história da civilização é um relato dos caminhos que os seres humanos tomaram para “vincular” seus desejos não satisfeitos, sob as condições cambiantes — e modificadas pelo avanço técnico — de concessão e frustração deles por parte da realidade. (Freud, 1913/2012, p.259)

Da pergunta “o que os meios fazem com as pessoas?” à pergunta “o que as pessoas fazem com os meios?”, a dimensão irreduzível da imprevisibilidade da ação humana se apresenta, por um lado, como obstáculo a modelos teóricos mais pragmáticos, por outro, como ferida aberta capaz de relançar questões e possibilidades de rediscussão epistemológica do campo. Se interrogarmos o esquema de Laswell, pioneiro na teorização dos processos comunicativos (Martino, 2021; Wolf, 2012), em suas questões orientadoras, a saber: *quem? diz o quê? por qual canal? para quem? com que efeito?*, onde estaria o sujeito? Se partíssemos do pressuposto gramatical, o sujeito da ação se situaria no “quem” que, neste caso, representa a esfera de produção das mensagens, os meios de comunicação. Aqui, a recepção estaria ainda em uma posição passiva, tal qual proposto no modelo da agulha hipodérmica e também na teoria crítica. Teorias subsequentes avançaram e trouxeram à tona a agência dos receptores no processo comunicativo, mas tanto as leituras sobre a esfera de produção quanto de reconhecimento, ou seja, os meios e seu público, ainda se sustentam no paradigma da razão, de Descartes. Primeiro, meios de comunicação são constituídos como uma esfera homogênea, como se não houvesse interferência das subjetividades na produção da mensagem, depois, uma esfera de recepção que era opaca e passiva, passa a ser vista como ativa, mas também em vias de se racionalizar.

Os modelos analíticos baseados na Psicologia comportamental apontam para um desejo de construção teórica voltado para a descrição, a universalização e a possibilidade

de tornar previsível a relação das pessoas com a mídia. As pesquisas empíricas experimentais estruturaram perguntas com vistas às possibilidades de categorização do público, em busca de dados uniformes que revelassem tendências e padrões, podendo antecipar o comportamento eleitoral e a eficácia dos meios de comunicação em influenciar ou mudar de posição. Tais abordagens enfrentaram frequentes surpresas ao se defrontar com achados, a exemplo da percepção seletiva e da memorização seletiva, lidas como barreiras psicológicas à eficácia da mensagem midiática em produzir os efeitos pretendidos. Além dos achados que apontam para os limites dos efeitos da mídia em influenciar a opinião das pessoas, o que vemos são abordagens engessadas a partir daquilo que funciona como causa das próprias questões, a saber, essa necessidade de construir uma categorização dos processos de comunicação. O mesmo ocorre nas pesquisas de campo que, apesar de sua importância em ampliar o paradigma da pesquisa midiática para a mediação dos fatores sociais em jogo no consumo da mídia, permaneceu no canal estreito de achados que comprovaram a limitação dos efeitos. Nesta pesquisa, me interesse pelos limites dos efeitos da mídia não como barreira ou como ruído no processo comunicativo, mas como elemento estruturante dele.

A teoria funcionalista da mídia (Wolf, 2012; Matellart, 2016; Martino, 2021) traz pistas para articulação que busco fazer com aspectos estudados no campo psicanalítico e quase esquecidos no campo dos estudos da comunicação, a saber, os afetos (Safatle, 2015), o mal-estar (Freud, 2011), o gozo e as pulsões (Lacan, 2005). Penso as funções apontadas por Lazarsfeld e Merton (Wolf, 2015), partindo da compreensão de que o usufruto destas funções se deu e se dá por sociedades compostas de sujeitos atravessados pela dimensão do inconsciente. Nossa ideia é pensar as funções propostas — atribuição e reforço de status e prestígio; reforço das normas sociais e disfunção narcotizante — à luz da contemporaneidade mediatizada e com o auxílio de alguns conceitos psicanalíticos, como as noções de identificação, narcisismo (Freud, 1914/2010), mais-de-gozar (Lacan, 2005) e discurso do mestre (Lacan, 1992).

Em que pese as diferenças que constituem a enorme diversidade entre teorias da Comunicação, percebo que algo em comum persiste como paradigma epistemológico: a busca por substancializar a comunicação. Trago o conceito lacaniano de sujeito, como advento de linguagem dessubstancializado, que se presentifica pela ausência de um sentido fechado, pelo equívoco (Barroso, 2015), para fazer uma indagação sobre os

processos comunicativos. Partir de um outro paradigma, para levantar novas questões sobre o que se supõe respondido no campo ou sobre o que se consolidou como perguntas norteadoras da pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARROSO, Adriane de Freitas. **Lacan: entre linguagem e pulsão, por uma psicanálise do sujeito**. Rev. Subj., Fortaleza, v. 15, n. 1, p. 57-66, abr. 2015. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692015000100007&lng=pt&nrm=iso

FREUD, Sigmund. **O interesse da psicanálise para as ciências não psicológicas** em Obras Completas (vol. 11). Trad. Paulo César de Souza. Companhia das Letras: 2012.

FREUD, Sigmund, 1856-1939. **O mal-estar na civilização**. Tradução Paulo César de Souza. — 1ª ed. — São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011.

LACAN, Jacques. **O seminário. Livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 17: o avesso da psicanálise, 1969-1970** / Jacques Lacan; texto estabelecido por Jacques-Alain Miller; [versão brasileira de Ary Roitman, consultor Antonio Quinet]. — 1ª ed. — Rio de Janeiro: Zahar, 1992.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 18: de um discurso que não fosse semblante, (1971)** / Jacques Lacan; texto estabelecido por Jacques-Alain Miller; versão final Nora Pessoa Gonçalves; preparação de texto André Telles; trad. Vera Ribeiro. — 1ª ed. — Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Trad: Luis Paulo Rouanet. 16ª ed. Edições Loyola, São Paulo, 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**; tradução Karina Jannini. — 6ª ed. — São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. 6 ed. Revista e atualizada — Petrópolis, RJ: Vozes, 2021.

MARTINO, Luiz Claudio. **Escritos sobre epistemologias da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2017. 334 p.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**. São Paulo: Cosac Naify, 1ª. ed., 2015.