

Prefácio

Da Interpretação da Arte, para a Ciência da Comunicação

Nelson Zagalo, Universidade do Minho

O texto que nos é dado a ler pela Marta Sousa, fruto do seu intenso e profícuo trabalho de mestrado em Ciências da Comunicação, pode numa primeira abordagem ser identificado como mais um trabalho no campo do Estudos da Adaptação, nomeadamente da adaptação literária ao cinema. Mas na verdade este trabalho vai para além dos estudos da adaptação. O que esteve em causa desde o início foi uma forte motivação e determinação em procurar compreender como é que um texto feito de palavras, frases e parágrafos, se transformava num filme feito de elementos visuais, em planos, e em cenas. Ou seja, o que a Marta pretendia demonstrar era, não os termos ideais de um processo de adaptação, mas antes um modelo metodológico de comparação entre *media*.

Este trabalho que aqui temos representa então uma abordagem pura do campo das ciências da comunicação aos *media* da literatura e cinema. Aceitando-os como artes, são também *media*, formas de comunicação. São canais que permitem que um indivíduo se expresse, exteriorize o seu ser, e estenda o seu pensamento à comunidade (McLuhan, 1963). O que a autora do estudo fez, foi desenvolver um processo com base na observação científica dos diferentes *media*, relegando para segundo plano a interpretação humanista das obras. Por isso quando se discute aqui a fidelidade, não se discute em termos meramente estéticos, mas antes de mais em termos quantitativos e qualitativos. A discussão é suportada por evidências recolhidas das experiências da sociedade, por oposição a especulações sobre potenciais ideias dos autores das obras.

Neste sentido este livro marca um importante ponto nas ciências da comunicação, no sentido em que apresenta uma visão muito clara do modo como a ciência pode e deve olhar para as artes. Ao contrário das humanidades, a comunicação não se limita a interpretações de base filosófica e não científica, sobre a mensagem, uma vez que leva em conta o *medium*. Assim como não teoriza sobre as intenções do autor e as potenciais leituras do receptor, mas antes as estuda de modo objectivo, quantitativo e qualitativo.

Na verdade, creio ser esta a abordagem mais indicada para a análise de qualquer obra de arte em termos académicos. Porque o que está em causa não é apenas uma obra, um artefacto, mas antes um processo. O artefacto nada vale sem um receptor. A obra só acontece quando é transformada pela mente do receptor, mas para que isso aconteça é necessário todo um processo, que decorre entre o autor, o receptor e envolve a mensagem ou obra.

A ciência da comunicação trabalha o processo que viabiliza uma passagem de informação de um elemento a outro. No sentido em que procura compreender como decorre a transmissão, como é emitido, e como é compreendido. No fundo procura compreender o design dado à informação para esta produzir os efeitos pretendidos. Para o poder fazer plenamente tem de estudar qualitativamente e quantitativamente o emissor e o receptor, produzir conhecimento científico sobre estes. Por sua vez precisa de compreender o que está na base da produção técnica e estética dos artefactos. Ou seja, compreender a linguagem específica de cada meio, e conseguir ligar os elementos de cada meio à responsabilidade criativa do emissor, e à responsabilidade de compreensão do receptor.

Tendo sido esta a via escolhida pela Marta Sousa para seguir no seu trabalho, é natural e expectável que os resultados que podemos ler deste estudo apresentem um carácter mais normativo do que interpretativo. O que se pretendia era estudar e entender a eficiência e optimização da comunicação, entre os *media*. E é por isso que este trabalho é importante, porque assume toda a sua origem nas ciências da comunicação, sem receio da crítica externa, e apresenta uma visão clara e sem rodeios de um tema que tem sido discutido desde há muito por outros campos do saber.

Esta abordagem da comunicação não invalida que não se possa construir pensamento de fundo, teorizar sobre a arte e a comunicação. Mas em nosso entender este deve ser feito tendo por base estudos e conhecimento científico produzidos sobre o processo de comunicação. Não pode apenas limitar-se a pegar em teorias alheias ao processo, que falam sobre questões e problemas do mundo, que teorizam sobre tudo e sobre nada, e dissertar sobre o artefacto produzido para um *medium*, como se este se tratasse de algo estranho ao processo de comunicação. Como se este pudesse ser independente do autor, receptor e *medium*.