

Manifesto aos alunos de Comunicação Social *"Para o sucesso da Economia"*

Quando abrimos um jornal diário, os nossos olhos transportam-nos para um mundo de factos descritos, comentários personalizados ou imagens significativas que, em comum, constituem *mensagens*. Mensagens de outras pessoas, mensagens de realidades actuais, mensagens de eventos sociais, até de emoções, de apreciações íntimas - mensagens, em resumo, que nos interpelam, que nos atingem. Essas mensagens vivem a fugacidade e a grandeza de um dia, pois esse diário amanhã já é algo que passou, já é algo que perdeu uma grande parte da sua originalidade. O jornal, como uma folha de Outono, é assim manifesto de uma historicidade condensada aos momentos que nós, individual e colectivamente, provocamos nos processos de consciencialização.

Pode parecer presunçoso mas, na realidade, a Ciência Económica, funciona como uma espécie muito particular de *Provedor* desses jornais. Um provedor é alguém que se assume como um intermediário autorizado entre duas entidades. Neste caso, os homens e mulheres da Economia são pessoas que, alertadas pelas realidades do dia-a-dia dos outros, não se satisfazem com a leitura acrítica das notícias de um jornal. Partindo desse momento de revelação, os Economistas procuram compreender, de um modo mais profundo, as realidades subjacentes à Realidade.

A Economia, enquanto Ciência Social, focaliza-se num campo (que não deve ser entendido enquanto feudo ou acampamento). Um campo que tem uma 'capital', uma 'sede': a complexidade de causas e fenómenos que giram em volta do esforço dos homens e dos grupos em responder às necessidades de cada um e de todos com os recursos disponíveis. Mas um campo que fica a ganhar quando comunica com campos vizinhos, como a Sociologia, o Direito, a Matemática, a Psicologia, a Ética, a Religião e, entre tantos outros, a Comunicação Social.

Para um futuro licenciado (que é alguém, futuramente, autorizado pela Universidade a prosseguir estudos em áreas do conhecimento humano definidas e que será alguém, sobretudo, que deve privilegiar o 'procurar saber' sobre a falácia do 'sei que sei') em Comunicação Social, estar familiarizado com os conceitos mais fortes da Ciência Económica é um investimento essencial que trará, decerto, frutos promissores. Apesar de a Economia conseguir abarcar um leque significativo dos temas diários de um jornal, contribuindo assim para um melhor conhecimento dos fenómenos sociais, esta Ciência não basta para explicá-los. Recordando mais uma vez os contributos incontornáveis dos outros campos do Saber, a Economia pode auxiliar, e ajuda, nessa procura de melhor entendimento dos *Sinais dos Tempos*.

A frustração domina a maior parte dos alunos de uma cadeira quando não obtêm o mínimo de aprovação. A frustração domina a maior parte dos docentes de um Curso quando não conseguem perceber nos alunos uma intenção contínua e crescente de busca de conhecimento aprofundado de tudo o que nos envolve. Partindo de uma base de conhecimentos adquiridos e cimentados, será aprovado o aluno que demonstre gosto, um certo aventureirismo por descobrir sob orientação pedagógica indispensável e que, não satisfeito com os limites de uma aula, avance nos seus tempos disponíveis, para uma procura de aprofundamento dos temas tratados nas aulas. E, naturalmente para um futuro perito em Comunicação Social, consiga transmitir os seus progressos, cativando públicos para a importância dessa construção.

Bom Trabalho!!!

O docente de Economia à Comunicação Social (2002/2003),
Paulo Reis Mourão.