

Resenha

Comunicação que nos faz pensar

(MARCONDES FILHO, **Ciro**. **Das coisas que nos fazem pensar: o debate sobre a Nova Teoria da Comunicação**. São Paulo: Ideias & Letras, 2014)

Flávia Lopes Sales do NASCIMENTO¹

A afirmação de que até hoje não havia pesquisa de comunicação no Brasil notabilizou o pesquisador **Ciro Marcondes Filho**, em 2008, durante o Seminário Interprogramas dos cursos brasileiros de pós-graduação em Comunicação (Compós), que aconteceu na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Marcondes Filho afirmava que desde a década de 1960 as pesquisas de Comunicação eram apenas desdobramentos de outras áreas como a sociologia, antropologia, ciência política, psicologia, psicanálise, semiótica e semiologia. Para o pesquisador brasileiro, os estudos ainda não haviam, de fato, se debruçado sobre o fenômeno comunicacional *stricto sensu*: a comunicação em si, captada no ato do acontecimento. O livro *Das coisas que nos fazem pensar: o debate sobre a Nova Teoria da Comunicação* discute uma nova perspectiva de pesquisar os processos comunicacionais.

Partindo do pressuposto de que a comunicação precisava ser percebida na sua forma mais pura, o Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação (FiloCom), da Universidade de São Paulo, desenvolveu a pesquisa da chamada Nova Teoria da Comunicação. A abordagem, publicada entre 2010 e 2011, em uma obra intitulada *O princípio da razão durante – A Nova Teoria da Comunicação*, procura construir um conceito de comunicação que se aplica a diversos fenômenos, desde interações presenciais e íntimas aos processos de comunicação intermediados pelos veículos de massa, ou seja, a qualquer processo que envolva o ato comunicacional. Apesar da crítica de que os estudos comunicacionais sempre foram sustentados por outras áreas de

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB, da linha de pesquisa Mídia, Cotidiano e Imaginário. E-mail: flavia.lopes.sn@gmail.com

conhecimento, a Nova Teoria busca na filosofia a percepção fenomenológica de todo e qualquer ato que envolva a comunicação.

Segundo a Nova Teoria, os fenômenos comunicacionais são percebidos através de um novo procedimento de pesquisa, o metáforo, que procura fugir da rigidez dos métodos até então utilizados para os estudos de comunicação. De acordo com Granja Viana, autor da apresentação do livro, o objetivo da abordagem é propor uma nova maneira de estudar os atos comunicacionais de modo que o pesquisador faça uma imersão no processo, para melhor poder sentir e transmitir os resultados da pesquisa àqueles que irão consultar o trabalho posteriormente.

Para que essa imersão aconteça, a pesquisa utiliza-se dos conceitos da teoria da intuição desenvolvida pelo filósofo francês Henri Bergson, que sugere perceber o objeto em análise sem nenhuma interferência, de modo que se observe captando a mais pura essência do fenômeno. “É um instalar-se naquilo que muda, uma apreensão pela intuição sensível, é a obtenção de um conhecimento adquirido de uma só vez e sem conceitos.” (p. 112). Para Marcondes Filho, só assim é que de fato pode-se perceber o ato comunicacional e captar sua natureza.

O livro *Das coisas que nos fazem pensar: o debate sobre a Nova Teoria da Comunicação* amplia a discussão dos conceitos que sustentam a formulação da Nova Teoria da Comunicação trazendo temas como o estudo dos processos de comunicação sob uma perspectiva fenomenológica, a qualidade do fenômeno comunicacional, a questão da alteridade, os impasses da utilização do método proposto para captar a natureza do fenômeno, a temporalidade do metáforo etc.

No debate, Marcondes Filho também apresenta contrapontos entre a Nova Teoria e pesquisas de recepção da comunicação, etnografia, ciências cognitivas e complexidade, trazendo à tona estudos de autores de diversas áreas das ciências humanas, como Edgar Morin, Proust, Bachelard e Geertz, por exemplo.

O primeiro ponto apresentado no livro aborda a alteridade. Segundo a Nova Teoria, é o Outro quem define o sucesso do processo de comunicação, ou seja, só podemos entrar, de fato, em uma relação de comunicação com o Outro quando abrimos

mão do nosso isolamento, do nosso solipsismo (ideia de que o conhecimento deve estar apenas fundado em experiências individuais).

Os pesquisadores dessa abordagem fazem alusão a Gilles Deleuze quando afirmam que comunicação é algo que violenta, no sentido de mostrar que o ato comunicacional pode transformar, mas é somente o Outro que pode permitir essa transformação através da comunicação. “Cada ser, assim, diante da diferença, permite seu próprio desdobramento, sua multiplicidade, que não é o mesmo que sua total metamorfose, mas sua alteração” (p.15).

A percepção do Outro pressupõe uma atitude ética quando se estabelece qualquer tipo de relação. Assim, quando Marcondes Filho recupera a noção de alteridade no debate da Nova Teoria da Comunicação, ele também ressalta a importância de se estabelecer uma responsabilidade no ato comunicacional, pois “nada do que fazemos pode ser tido como neutro ou indiferente aos destinos dos outros” (p. 23).

A discussão sobre os fundamentos da Nova Teoria da Comunicação segue abordando os conceitos de Eros e Rosto, de Levinas. Os dois conceitos remetem ainda à alteridade e percepção do Outro. Assim como o rosto é a primeira percepção que temos de alguém, “algo que eu vejo desarmado e o que me faz igualmente me desarmar diante dele” (p. 28), intermediando o processo de comunicação pela intuição de uma imagem que fala por si só - a face humana, o Eros, a figura do feminino, também nos ajuda a compreender a alteridade. “Feminino é alteridade por excelência porque o primeiro rosto é o acolhimento do outro em si (como, por exemplo, na gravidez), mas é também metáfora da hospitalidade, da hospedagem”. (p. 33)

Outro debate levantado pela Nova Teoria da Comunicação e que busca suporte teórico na Filosofia é a questão do tempo metapórico, o tempo em que se deve ser captado a percepção do ato comunicacional: Kairós (o tempo oportuno). Segundo Marcondes Filho, o acontecimento comunicacional existe na fração de tempo de sua realização, mas esse tempo é movente e cabe ao pesquisador conseguir captar e repassar a essência desse ato de comunicação da forma mais próxima com a sua pureza. É nesse momento em que a comunicação ocorre que se constroem sentidos e significados. O ato

comunicacional seria então um acontecimento, fenômeno único para Husserl, e aí se encontra novamente a percepção da comunicação pelos preceitos da fenomenologia.

Para a Nova Teoria, o objeto de estudo seria a comunicação em si. “A comunicação, portanto, não tem objeto: eu não comunico “algo” a alguém, a comunicação simplesmente acontece” (p. 90). Na abordagem, há também a preocupação com a incomunicação, já que para os pesquisadores o processo real de comunicação seria algo raro, que depende do Outro, um ser de eterno mistério.

A abordagem separa três instâncias da relação entre o ser e o Outro: a sinalização, a informação e a comunicação. A sinalização seriam os atos do emissor de atrair a atenção do receptor, “uma vontade de influir, de interferir, de provocar ações no outro” (p. 98). Já a informação seria quando o receptor volta-se a esses sinais e é conduzido a uma percepção. No entanto, a comunicação aconteceria apenas quando todo esse processo interferisse nos sujeitos relacionados, transformando a forma de ver o mundo.

A Nova Teoria também aborda os processos comunicacionais massivos, e chama a comunicação de massa de *continuum mediático atmosférico*, um campo em que notícias e informações reverberam e ganham *estatus* de espírito do tempo.

Seja em pequena ou larga escala, o processo comunicacional da Nova Teoria pretende uma análise de temporalidade metapórica de duas formas: “uma emoção instantânea que impacta, cria sentido e reorganiza a vivência que a segue, e uma emoção diferida, retardada, que vem após a insistência de provocações e bombardeamentos”. (p. 126)

No entanto, um dos grandes impasses do método da Nova Teoria (metáporo) é a construção do relato. No capítulo 7, Marcondes Filho afirma que um desafio é a capacidade narrativa do pesquisador de transportar para o registro linguístico o acontecimento comunicacional e tudo que o envolve. Para isso, a teoria procura suporte nos relatos literários.

Na discussão sobre a teoria do acontecimento, cap. 10j dessa mesma obra, são dados alguns indícios para a elaboração da narrativa metapórica. De certo modo, ela toma emprestado da literatura o princípio de que se precisa elevar fatos banais ao sublime, pois cores, cheiros e sensações, quando evocados por ela nos fazem cheirar um

“novo ar”. Em verdade, Proust, autor dessa frase e comentado nesse capítulo, está falando aí da capacidade da literatura não apenas de evocar, mas de “reevocar” essas sensações. (p. 138)

Assim, é papel do pesquisador da Nova Teoria da Comunicação transportar para o registro linguístico o conjunto de toda a interação social do momento do ato comunicacional, desde o clima à ação dos sujeitos. Granja Viana (p. 11), na apresentação da obra, afirma que a Nova Teoria aposta no valor que possui uma redação convincente que demonstra o valor verdade contido na investigação.

De certa forma, esse método, ainda que pragmático, tem caráter utópico, já que só no fato de transpassar o momento comunicacional para um registro linguístico com características literárias haverá interferências diversas do pesquisador, tanto cognitivas, quanto sociais, antropológicas, culturais, entre outros fatores. Isso pode defasar o relato preciso do fenômeno. A literatura também abre para uma polissemia quase infinita de interpretações, o que dificulta mais ainda a percepção real do processo comunicacional que se pretende relatar.

No último capítulo do livro, Marcondes Filho faz um levantamento sobre os quatro grandes eixos dos estudos de recepção e estabelece ainda a diferença entre o metáforo, a recepção e a etnografia. Nessa fase, o autor procura reforçar as práticas científicas da Nova Teoria da Comunicação sob a perspectiva da teoria da percepção de Bergson, aplicando-a na ocorrência do acontecimento da comunicação, independente das leituras e interpretações que serão feitas após o ato.

O livro deixa claro a defesa da Nova Teoria da Comunicação como o futuro epistemológico dos estudos de comunicação. De acordo com Viana:

Aqui, acreditamos nós, estaria o núcleo epistemológico da Nova Teoria, que tem a capacidade de torna-la o grande eixo para os estudos de comunicação do futuro, pois afastados os estudos que tiram o foco de sua essência, vai trabalhar exatamente a forma como cada mente recebe a comunicação, o que se produz aí e que efeitos são detectados. É o começo de uma nova era para a Academia. Surge uma ciência da comunicação. E não era sem tempo. (p. 11-12)

Em todo o debate, é possível perceber o tratamento da Nova Teoria da Comunicação como uma panaceia para os problemas epistemológicos que envolvem a área de pesquisa. Ciro Marcondes Filho busca abordar o fenômeno comunicacional com um saber próprio, específico e com condições ontológicas e epistemológicas para firmar a comunicação como ciência, por isso, nas entrelinhas, critica a multidisciplinaridade e interdisciplinaridade nas pesquisas da área. No entanto, a própria Nova Teoria busca compreender o fenômeno comunicacional por meio de conceitos filosóficos, buscando na Filosofia um suporte para análise do ato de se comunicar.

Um ponto fraco do método da Nova Teoria é o modo como o pesquisador irá transpassar a essência do fenômeno. Como já dito anteriormente, o registro linguístico com caráter literário pode não recuperar o momento único do ato comunicacional em sua mais pura essência. Apesar disso, essa abordagem comunicacional pode abrir portas para uma nova perspectiva de se estudar comunicação.

Em oito capítulos, descritos de forma clara e elucidativa, o livro *Das coisas que nos fazem pensar: o debate sobre a Nova Teoria da Comunicação* nos propõe uma reflexão de perceber o ato comunicacional de uma maneira intuitiva e fenomenológica, que nos faça captar a comunicação como forma sublime. É uma obra que realmente propõe coisas a pensar sobre Comunicação, ou ainda, propõe uma Comunicação que nos faz pensar nas coisas.